



Wallonie

Agence de Développement local



Veuillez renvoyer ce formulaire complété, signé et accompagné de ses annexes par courrier à l'adresse ci-contre :



Service public de Wallonie
 Direction générale opérationnelle de l'Économie, de l'Emploi et de la Recherche
 Département de l'Emploi et de la Formation professionnelle
 Direction de l'Emploi et des Permis de travail
 Place de la Wallonie, 1 (Bâtiment II, 4ème étage)
 5100 Jambes

Les questions que vous vous posez trouvent probablement réponse dans la notice explicative.

En cas de difficulté, vous pouvez consulter le site internet

<http://emploi.wallonie.be>

ou joindre une des personnes de contact.

Direction de l'Emploi et des Permis de travail

Site internet : <http://emploi.wallonie.be>

Personnes de contact

M. Stéphane FERMINE, Attaché

Tél : 081 33 43 15

Courriel : stephane.fermine@spw.wallonie.be

Mme Julie BARBEAUX, Attachée

Tél : 081 33 43 68

Courriel : julie.barbeaux@spw.wallonie.be

Mme Monique MISENGA KASONGO, Attachée

Tél : 081 33 43 41 Fax : 081 33 43 22

Courriel : monique.misengakasongo@spw.wallonie.be

Agence de Développement local Demande de renouvellement d'agrément

Objet

L'agence de développement local (ADL) est un outil à la disposition des communes de maximum 40.000 habitants destiné à faire émerger, dans le cadre d'un partenariat avec tous les acteurs locaux, des projets potentiellement créateurs d'activité économique et d'emplois.

Une subvention annuelle de maximum 63.000 € indexée peut être accordée à l'ADL par la Région wallonne pour couvrir partiellement ses frais de fonctionnement et la rémunération de deux agents (un de niveau A et un de niveau B ou C ; s'il s'agit d'un agent de niveau C, la subvention régionale est ramenée à 58.500 € indexée maximum). Pour obtenir cette subvention, l'ADL doit être agréée par la Région wallonne. L'agrément est accordé par les ministres en charge de l'emploi, l'économie et les pouvoirs locaux pour une période de trois ans renouvelable.

L'octroi de l'agrément implique un certain nombre d'obligations :

- la forme juridique d'une ADL sera, au choix, une asbl, une régie communale autonome ou une régie communale ordinaire (uniquement pour les expériences pilotes) ;
- le respect des missions dévolues à une ADL (voir le décret à ce sujet) ;
- une participation financière de la commune ou d'autres partenaires locaux au fonctionnement de l'ADL équivalent à 30% au moins de la subvention régionale ;
- l'engagement, par la commune, d'au moins deux agents pour l'agence : un de niveau universitaire, l'autre de niveau gradué ou secondaire supérieur ;
- la remise annuelle à l'administration d'un rapport sur les projets de l'ADL et les actions concrètes accomplies au cours de l'année ;
- l'inscription des agents de l'ADL dans un processus de formation continue ;
- la réalisation par l'ADL d'actions de développement local non assurées par des opérateurs existants ;
- le développement d'actions cohérentes par rapport à la politique régionale ;
- la recherche de possibilités de rationalisation des structures de fonctionnement entre les dispositifs d'actions locales ;
- la prise en compte, dans les actions entreprises par l'ADL, du principe d'égalité des chances.

L'introduction de la demande d'agrément à l'administration wallonne se fait au moyen du formulaire téléchargeable ci-dessous. La notice explicative reprise ci-dessous fournit les informations et les pistes nécessaires à sa rédaction et à sa présentation.

Public

Les communes ou groupements de communes limitrophes totalisant maximum 40.000 habitants.

Réglementation

Soumis le : 28/06/2019 10:38 - 415333-971000
 de : adl1004 (adl@sainte-ode.be)
 à : Serv. Reception ADL (emploi@spw.wallonie.be)

Base légale¹ :

Décret wallon du 25 mars 2004 relatif à l'agrément et à l'octroi de subventions aux agences de développement local modifié par le décret du 15 décembre 2005.

Arrêté d'application du 15 février 2007.


Table des matières

1. Objet de la demande.....	3
2. L'Agence de Développement local (ADL).....	4
3. Projet de développement local.....	5
4. Moyens de fonctionnement.....	101
5. Liste des documents à joindre.....	106
6. Déclaration sur l'honneur et engagements.....	107
7. Protection de la vie privée et voies de recours.....	107
Enquête de satisfaction.....	108

¹ Les textes coordonnés peuvent être consultés sur le site Wallex contenant la banque de données juridiques de la Région wallonne (<http://wallex.wallonie.be>).

1. Objet de la demande

1.1. Type de demande

 Aucun nouvel agrément ne peut être accordé en 2017, selon les dispositions de l'article 166 du décret général des dépenses 2017 de la Région wallonne.

Il s'agit

- d'une première demande d'agrément
 d'un renouvellement d'agrément

1.2. Forme juridique

- Régie communale
 ASBL

Le président :

<input checked="" type="checkbox"/> M.	Nom	Prénom
<input type="checkbox"/> Mme	PIRARD	Pierre

Date de dernière modification des statuts

0 1 / 0 7 / 2 0 0 8

2. L'Agence de Développement local (ADL)

En cas de renouvellement d'agrément :

Nombre d'habitants sur le territoire couvert par l'ADL

		9	3	4	1
--	--	---	---	---	---


2.1. Localisation du siège social

Rue	Numéro	Boîte
Rue des Trois Ponts	46	
Code postal	Localité	
6 6 8 0	Sainte-Ode	

2.2. Localisation du siège d'exploitation

Rue	Numéro	Boîte
Rue des Trois Ponts	46	
Code postal	Localité	
6 6 8 0	Sainte-Ode	

2.3. Compte bancaire de l'ADL

 Le compte bancaire doit être celui de l'ADL et non celui de la commune.

IBAN <i>International Bank Account Number</i>	BIC <i>Bank Identifier Code</i>

Ouvert au nom de

2.4. Personne de contact, suivi du dossier

2.4.1. Personne de contact

<input checked="" type="checkbox"/> M. <input type="checkbox"/> Mme	Nom Fays	Prénom Pierre-Yves
Fonction Directeur		
Téléphone 0 6 1 / 2 1 . 0 4 . 4 7	Téléphone 0 4 7 4 / 4 3 . 4 3 . 0 5	Fax 0 6 1 / 6 8 . 8 9 . 6 2
Courriel adl@sainte-ode.be		

2.4.2. Autre personne de contact

<input type="checkbox"/> M. <input checked="" type="checkbox"/> Mme	Nom DESERT	Prénom Catherine
Fonction Agent de développement à Tenneville		
Téléphone 0 8 4 / 4 5 . 0 0 . 5 4	Téléphone	Fax
Courriel adl@tenneville.be		

3. Projet de développement local

Développez votre projet selon le plan suivant :

3.1. Initiation de la démarche

Pourquoi souhaitez-vous maintenir une ADL ? Expliquez notamment quelle plus-value vous en attendez pour le territoire concerné.

La collaboration entre ces trois communes repose avant tout sur le même diagnostic des données socio-économiques. Le développement économique de ces trois entités passe bien souvent par la protection de leur territoire. En effet, les 3 communes sont entourées de pôles économiques importants : Bastogne, Libramont, Marche-en-Famenne, La Roche en Ardenne. La présence d'un ADL sur ce territoire permet aux 3 communes de faire bloc et d'être reconnues dans leurs actions. Cela permet également à ce territoire, composé de "petites" communes rurales, de représenter un certain poids économique face à ses voisins.

Le bilan de l'ADL nous semble très positif et c'est la raison pour laquelle nous espérons vivement pouvoir poursuivre nos actions et en entamer de nouvelles afin de continuer à dynamiser notre économie locale. La période 2009-2012 fut un moment charnière et a permis à notre ADL d'être reconnue et légitimée dans son travail. L'agrément 2014-2019 a ensuite permis de mettre en place des projets d'envergure pour le territoire et de devenir un partenaire incontournable pour de très nombreux acteurs économiques locaux. On peut désormais clairement affirmer que l'ADL fait partie du paysage "institutionnel" local tant pour la population que pour les acteurs économiques locaux. Les attentes des partenaires du territoire n'ont jamais été aussi importantes et les enjeux économiques des années à venir sont essentiels pour les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne.

Avec l'ADL de Bastogne, nous avons été précurseurs en matière de projets portés par plusieurs ADL (action job étudiant, HORECA DAYS, etc.). Désormais, il est fréquent de voir d'autres ADL s'engager dans cette voie. Certains projets très populaires au sein des ADL ont également vu le jour chez nous, comme les chèques commerces et l'organisation de "Wallonie week-ends Bienvenue".

Nous tenons également à insister sur l'importance pour les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne de disposer d'un « organe de coordination des actions économiques transcommunales ». Le développement local et économique des petites communes rurales passe désormais par la transcommunalité.

3.2. Diagnostic de territoire

3.2.1. Décrivez le contexte local

Présentez une synthèse d'une quinzaine de pages de votre diagnostic de territoire.

- caractéristiques géographiques
- population
- économie, emploi
- habitat / logement / pression foncière
- agriculture
- environnement / cadre de vie
- mobilité
- culture, sport, monde associatif
- enseignement
- outils et plans de développement territorial et local, y compris éventuelles initiatives privées
- social

3.2.1.1. Caractéristiques géographiques

La commune de Tenneville se situe dans l'arrondissement de Marche-en-Famenne (canton de La-Roche-en-Ardenne), au centre de la Province de Luxembourg et s'étend sur 9.181ha. Elle regroupe les anciennes communes de Tenneville, Champlon et Erneuville. La commune est traversée par la N4 qui rejoint Namur à Arlon.

La commune de Bertogne se situe dans l'arrondissement de Bastogne (canton de Bastogne), au nord de la Province de Luxembourg et s'étend sur 9.167ha. Elle regroupe les anciennes communes de Bertogne, Flamierge et Longchamps. Son territoire s'inscrit dans le triangle Houffalize-Bastogne-La Roche et est bordé au sud-ouest par la N4, au nord-ouest par la E25.

La commune de Sainte-Ode se situe dans l'arrondissement de Bastogne (canton de Sainte-Ode), au centre de la Province de Luxembourg et s'étend sur 9.786ha. Elle regroupe les anciennes communes de Tillet, Amberloup et Lavacherie. La commune est traversée par la N4.

Situation géographique

La commune de Tenneville est limitée :

- au sud par la commune de Sainte-Ode
- au sud-est par la commune de Bertogne
- au nord-est par la commune de La Roche
- au nord-ouest par la commune de Nassogne
- au sud-ouest par la commune de Saint-Hubert

La commune de Bertogne est limitée :

- au nord-ouest par la commune de La Roche
- au nord-est par la commune de Houffalize
- au sud-est par la commune de Bastogne
- au sud par la commune de Vaux-sur-Sûre
- au sud-ouest par la commune de Sainte-Ode
- à l'ouest par la commune de Tenneville

La commune de Sainte-Ode est limitée :

- au nord par la commune de Tenneville
- à l'est par la commune de Bertogne
- au sud-est par la commune de Vaux-sur-Sûre
- à l'ouest par la commune de Saint-Hubert
- au sud-ouest par la commune de Libramont

Paysages

- Tenneville

Le paysage de la commune peut se scinder en deux entités distinctes :

1) la partie Ouest, le domaine boisé, qui fait partie de la grande forêt de Freyr, reste dominé par la hêtraie. Les plantations de résineux sont également bien représentées. Elles ont été installées principalement au siècle dernier aux dépens des sols tourbeux ou à mauvais drainage. Quelques clairières à vocation agricole se sont implantées autrefois dans ce grand massif forestier.

2) la partie Est, à dominante nettement agricole, est occupée par de nombreuses petites entités villageoises. Un réseau très dense de cours d'eau entaille ce plateau agricole d'autant plus profondément à l'approche de l'Ourthe occidentale.

Le climat général de cette partie de l'Ardenne centrale est l'un des plus froids et humides du pays. Ce climat se caractérise par la rudesse ardennaise.

- Bertogne

La commune est une région de plateaux entrecoupés de vallées fortement encaissées. Elle se situe à une altitude variant entre 350 et 500 mètres et fait partie du haut plateau ardennais.

Dans la partie Nord de la commune coule l'Ourthe occidentale, qui est alimentée par de nombreux ruisseaux et rus qui sillonnent le territoire sur plus de 112 Kms, toutes catégories confondues. Celui-ci se présente comme une mosaïque de cultures, pâtures et grands ensembles boisés de hêtres, épicéas et chênes.

Les villages et hameaux se démarquent par une structure de l'habitat très éclatée sans centre polarisant réel et laissant une large part aux espaces non aménagés.

Le climat se caractérise par la rudesse ardennaise.

- Sainte-Ode

Le Nord-ouest de la commune est plutôt forestier comparé au sud-est qui est plutôt agricole.

Dans la zone forestière qui couvre la commune, on peut notamment citer la forêt de Freyr, le bois des Haies de Tillet, le bois des Haies de Magery.

Le sol de la vallée est un sol d'alluvions qui repose sur matériaux limoneux-caillouteux, sol limoneux à charge de schiste-filadeux ou de grès.

Le climat est tempéré froid et se caractérise par la rudesse ardennaise.

L'affectation du sol reflète de nouveau le caractère rural des trois communes. La surface agricole représente 45,4% du territoire des communes, la zone boisée, quant à elle, représente 49,1% de la surface.

Conclusion

Les caractéristiques géographiques des 3 communes sont similaires (superficies, axes routiers, affectation du sol, etc.). Les 3 communes disposent d'une frontière commune, ce qui renforce leurs liens. Entourées de communes de tailles et de caractéristiques différentes, la pertinence géographique du territoire est la première raison qui a poussé les mandataires à s'associer dans une démarche commune de développement.

3.2.1.2. Population

Densité et évolution de la population

La population des communes de Tenneville, Bertogne et Sainte-Ode est de 9341 personnes au 1er janvier 2019. Sur un territoire de 281,3141 km², cela correspond à une densité de population de 33 habitants / km².

Cette moyenne est inférieure à celle de la microrégion et de la province. Comparé à la moyenne de la Région wallonne (214), le caractère rural des trois communes peut être largement mis en évidence.

Les communes ont connu durant ces trente dernières années une croissance importante ; en effet les trois communes comptent, au 1er janvier 2019, 2843 habitants de plus qu'en 1981 soit un taux de croissance de population entre 1981 et 2019 de 44%. Sur les 6 dernières années, la croissance fut particulièrement importante (+796 habitants). Cette croissance démographique est donc un phénomène qui s'intensifie ces dernières années.

Plusieurs facteurs, directement perceptibles, sont à l'origine de ce phénomène. Parmi ceux-ci, il y a lieu de mettre en évidence :

- le rayonnement de Bastogne, de Marche-en-Famenne, d'Arlon et du Grand-Duché de Luxembourg, véritables moteurs de développement économique de la région.
- La présence des grands axes routiers, la N4 bordant ou traversant les communes ainsi que la E25, ce qui augmente la vitesse de mobilité des navetteurs.
- La qualité de l'environnement et la convivialité des communes ainsi que davantage de chaleur humaine que dans les villes.
- Les efforts effectués par les communes afin de rendre leur territoire attractif pour les jeunes ménages (fiscalité faible à Bertogne, terrains à bâtir vendus à prix attractifs, offre de services à la population, etc.).
- La forte croissance démographique de la commune de Bertogne (un des taux les plus importants de Wallonie)
- L'ouverture d'un centre pour demandeurs d'asile à Sainte-Ode.

De plus en plus, les communes de Tenneville, Bertogne et Sainte-Ode deviennent des communes à fonction résidentielle. ceci-dit, les nombreux villages et hameaux conservent une forte activité associative et encore une certaine activité économique de par la présence de commerces de proximité, d'agriculteurs, de gîtes et de quelques entreprises. La population par classes d'âge

La moyenne d'âge de la population de Sainte-Ode est de 40 ans, elle est de 36 ans à Bertogne et de 41 ans à Tenneville.

Pour les classes d'âge de 20 à 40 ans et de 40 à 60 ans, aucune différence notable n'est à relever entre les pôles de référence. En 20 ans, un glissement significatif de la tranche d'âge inférieure (- de 40 ans) vers la tranche d'âge supérieure (+ de 40 ans) est constaté. Le vieillissement de la population est donc actuellement observé.

D'autre part, il convient de souligner que l'indice de remplacement des actifs (la capacité numéraire des jeunes actifs de 20 à 40 ans à succéder aux actifs expérimentés de 40 à 60 ans) reste toujours peu favorable à la commune de Tenneville. Par contre, cet indice est très favorable pour la commune de Bertogne.

Répartition de la population par sexe

La répartition entre hommes et femmes est équilibrée.

La répartition par sexe n'apporte aucun éclairage particulier sur les communes.

La population étrangère

Le pourcentage de la population étrangère est nettement inférieur à la moyenne wallonne. Ceci dit, l'ouverture d'un centre pour demandeurs d'asile à Sainte-Ode en octobre 2015 a fait fortement augmenter la population étrangère de la commune de Sainte-Ode. La population étrangère reste stable et faible sur le territoire des deux autres communes. Les ménages

La croissance démographique, mais aussi l'évolution des modes de vie ont entraîné une augmentation du nombre de ménages. Par ménage, il y a lieu d'entendre les habitants vivant seuls ou en commun dans un même logement. Cette croissance est constatée pour les trois communes et les autres pôles de référence.

Dans les communes davantage marquées par une certaine ruralité, la taille des ménages reste légèrement supérieure à la moyenne wallonne. Cette situation s'explique par le fait que les taux de naissance sont relativement plus élevés.

L'augmentation du nombre des ménages est une évolution sociétale en marche depuis plusieurs années.

L'accroissement du nombre de ménages à une seule personne est un autre constat.

Sur le territoire des trois communes, près d'1 ménage sur 3 est composé d'une personne seule.

Plusieurs raisons expliquent cette augmentation :

-l'allongement de la durée de vie, de la qualité de fin de vie et des services proposés aux personnes âgées afin de rester le plus longtemps possible chez elles;

-l'évolution des mœurs : divorces ou séparations plus fréquents, émancipation plus précoce des jeunes, etc. ;

-l'arrivée de nouveaux habitants vivant seuls.

Dans les communes, au 01/01/2017, 940 personnes vivaient seules.

Sur les trois communes, 462 ménages monoparentaux étaient identifiés en 2017, soit 15% des ménages privés.

Le nombre de ménages monoparentaux est donc toujours en augmentation comme ailleurs.

Cette modification de la structure des ménages induit un accroissement de la demande de logement.

Conclusion

La population des 3 communes est globalement vieillissante, même si ce constat s'applique moins pour Bertogne que pour les 2 autres communes. Cela signifie que les seniors, qui occupent déjà une place importante, vont être au cœur des préoccupations au sein des communes avec leurs besoins et attentes spécifiques. De nombreuses réflexions sont menées en ce sens afin de permettre à ces seniors de garder une certaine indépendance en menant des actions d'aide et de soutien.

Les chiffres sur l'indice de remplacement des actifs nous imposent une réflexion sur le rajeunissement de la population par l'accueil des jeunes ménages. Les efforts fournis par les communes ces dernières années portent leurs fruits car l'indice s'est amélioré.

La politique de création de lotissements communaux en faveur des jeunes ménages ainsi que le maintien ou le retour à une fiscalité basse n'y sont probablement pas pour rien.

Il va sans dire que les politiques menées en la matière doivent aller de paire avec une réflexion sur les milieux d'accueil extrascolaire et de la petite enfance. Le taux de natalité important sur la commune de Bertogne implique également une vigilance sur l'évolution et l'adaptation des services.

L'augmentation du nombre de ménages monoparentaux doit faire l'objet d'une réflexion globale qui intègre plusieurs aspects : logement, mobilité, emploi, pouvoir d'achat, offre commerciale, etc.

3.2.1.3. Économie / Emploi

Les données (concernant les revenus moyens) fournies par la déclaration fiscale de l'année 2016 démontrent que les habitants des trois communes bénéficient de revenus plus élevés que la moyenne des habitants de la Région wallonne et de la Belgique.

Le revenu médian wallon était de 22.320 € en 2016. Il était de 26.507€ à Bertogne, 24.697€ à Tenneville et 22.571€ à Sainte-Ode.

En 2016, les trois communes comptaient 4289 habitants considérés comme actifs, qu'ils soient occupés ou à la recherche d'un emploi.

Ce nombre rapporté à la population en âge de travailler nous indique le taux d'activité des communes, à savoir 75%. Ce taux est un taux relativement élevé comparativement au taux wallon.

Quant au taux d'emploi, il rapporte la population en âge de travailler (15 à 64 ans) au nombre de personnes qui ont effectivement un emploi. Il nous donne une idée de la participation effective à l'emploi d'une population qui pourrait potentiellement travailler. Ce taux d'emploi est supérieur à celui de la Région wallonne (de près de 15% pour la commune de Bertogne).

Les travailleurs sous statut d'indépendant (activité principale, activité complémentaire et actifs après l'âge de la pension) sont nombreux sur le territoire des trois communes. Au 31/12/2017, les communes en comptaient 24% de sa population active occupée.

L'agriculture reste le secteur qui compte le plus d'indépendants avec 35% sur les trois communes (malgré une diminution constante du nombre d'agriculteurs).

Au niveau de l'industrie et de l'artisanat, c'est le secteur du bâtiment qui totalise le plus grand nombre d'indépendants.

La prédominance de l'agriculture sur les trois communes n'empêche pas une progression des autres secteurs.

L'analyse de l'emploi indépendant, et en particulier le fort taux d'exploitations agricoles, atteste de la forte ruralité des trois communes associées.

INDICATEURS GLOBAUX :

-Nombre d'indépendants sur le territoire : 893 actuellement

-Nombre de nouveaux commerces et répartition de ces commerces entre catégories (alimentaire, habillement, outils, électroménager, etc.)

Situation actuelle :

Alimentation : 18

Bien-être : 10

Décoration/ameublement : 6

HORECA : 13

Pharmacies : 3

Divers (commerces uniques) : 20

-Nombre de producteurs vendant en circuit court : 25 actuellement

Les salariés

Selon les données en provenance de l'ONSS au 31/12/2017, les principaux secteurs pourvoyeurs de main-d'œuvre dans les communes sont :

Santé, social, administration : 39%

Construction : 24%

Commerce, horeca, transport : 13%

Industrie : 12%

A eux seuls, ces quatre secteurs fournissent, au 31/12/2017, du travail à 88 % des salariés.

Les zones d'activité économique

1 zone d'activité économique a été mise en œuvre en 2012 sur le territoire de Tenneville. 1 zone a également été mise en œuvre à Sainte-Ode en 2018. La zone de Sainte-Ode n'est pas encore occupée. Celle de Tenneville compte actuellement 3 entreprises.

Aux alentours des communes de Tenneville, Bertogne et Sainte-Ode, on trouve 6 zones d'activité économique (ZAE) gérées par IDELUX. Elles sont des pôles d'emplois potentiels pour les habitants des trois communes :

la ZAE mixte de Saint-Hubert, la ZAE industrielle de Recogne, la ZAE mixte de Villeroux, la ZAE industrielle de Bastogne I, la ZAE industrielle de Bastogne II.

Notons tout de même que les ZAE IDELUX ne sont pas seules pourvoyeuses d'emplois dans la région. Mais la présence de tels sites influence de manière importante l'emploi d'une région.

Quant à Marche-en-Famenne, autre pôle d'emploi pour les habitants, elle compte 6 ZAE qui accueillent des entreprises de tout type : la ZAE de Marche-en-Famenne, la ZAE de Marloie I, la ZAE de Marloie II, la ZAE d'Aye, la ZAE mixte de Waha, la ZAE mixte de la Famenne, le WEX (Wallonie Expo).

La demande d'emploi

En 2017, on recensait 226 actifs inoccupés (DEI) domiciliés sur le territoire des trois communes.

Le taux de chômage sur les 3 communes est de 8,8%, chiffre légèrement inférieur à la moyenne de la microrégion, mais nettement inférieur à la moyenne de la Région wallonne (14,6%). Il est tout de même intéressant de noter que le taux de chômage à Bertogne est de 6,6% et de 7% à Tenneville. La commune de Sainte-Ode se situe quant à elle à 12,8%. Au regard du niveau d'études des demandeurs d'emploi sur les trois communes, le constat est flagrant :

50% des DEI n'ont pas terminé leurs études secondaires. De plus, 80% des demandeurs d'emploi n'ont pas fait d'études supérieures. Au vu de ces chiffres, il est essentiel de mettre en place des outils de formation adéquats et répondant à la demande.

Conclusion

Les travailleurs sous statut d'indépendants sont nombreux sur le territoire des communes. Il va de soi, au vu de ces chiffres, qu'il faut poursuivre la politique d'aide aux indépendants instaurée par l'ADL. L'aménagement de zones d'activité économique est également important, de sorte d'accueillir de nouvelles activités mais également d'éviter la délocalisation d'entreprises faute d'espace de développement suffisant. Ces aménagements doivent aller de pair avec le développement de l'esprit d'entreprendre et de soutien aux porteurs de projet.

L'ADL portera plusieurs projets afin d'aider concrètement les indépendants (et spécifiquement les entreprises) des 3 communes.

Au niveau des demandeurs d'emploi, force est de constater qu'il y a un manque flagrant de formation, susciter et proposer la formation de ce public rentre dans les objectifs définis pour le développement durable des trois communes.

Pour les années à venir, l'objectif de l'ADL et des communes sera de rendre le territoire encore plus attractif par la valorisation et le développement de l'emploi local. C'est la raison pour laquelle la recherche d'investisseurs pour les ZAE du Gris Han et de la Barrière Hinck est une priorité.

3.2.1.4. Habitat / Logement / Pression foncière

Une des caractéristiques des trois communes, par rapport à la Wallonie, est le grand nombre de maisons isolées et par conséquent le très petit nombre de maisons mitoyennes, appartements et studios. Il s'agit d'une spécificité propre aux zones rurales.

L'analyse de la situation démontre également que les surfaces destinées au logement sont relativement plus importantes dans les trois communes par rapport à la Province de Luxembourg et à la Région wallonne.

Par contre, comme pour la Région wallonne, après avoir constaté une véritable flambée des prix de l'immobilier dans les années 2003-2010, la situation semble désormais se stabiliser.

Toutefois, on peut remarquer que même si le prix des terrains et des habitations a fortement augmenté, il reste relativement raisonnable (34€/m² - 1175€/m²) en comparaison à la Région wallonne (51€/m²).

Conclusion

L'augmentation des ménages monoparentaux (et donc l'augmentation de la demande de logements) a suscité, depuis plusieurs années, la mise en place d'une politique de logement (lotissements communaux et augmentation de l'offre de logements tremplin, de transit ou sociaux). C'est d'ailleurs dans cette optique que les communes ont mis en place des CCATM (Commissions Consultatives d'Aménagement du Territoire et de la Mobilité).

Le prix au m² étant faible par rapport à certaines zones du Luxembourg plus proches du Grand-Duché de Luxembourg (Arlon, Bastogne, Attert, Messancy, Virton, etc.), on constate que de plus en plus de travailleurs frontaliers font le choix de s'installer à Bertogne ou Sainte-Ode et même à Tenneville afin de bénéficier des prix plus bas de l'immobilier et de la qualité du cadre de vie.

3.2.1.5. Agriculture

En 15 ans, on peut remarquer pour les trois communes une diminution de la surface agricole utile.

Les prés et prairies occupent près de 60% de la superficie exploitée par les agriculteurs des communes de Tenneville, Bertogne et Sainte-Ode. Le reste de la superficie se partage entre la culture des céréales, les cultures fourragères et la production de pommes de terre. On ne recense pas, officiellement du moins, de cultures industrielles. Outre la forêt, le paysage des communes est marqué par l'importance des prairies dévolues pour l'essentiel à l'élevage de bovins. Cet élevage bovin est orienté pour 15% vers la production de lait et pour 85% vers la production de viande. Concernant la main-d'œuvre agricole permanente, les pertes d'emplois agricoles sont fort semblables à celles relevées en Ardenne et en Région wallonne (et même plus importantes pour la commune de Tenneville). Le constat est identique pour la main d'œuvre non permanente. Le nombre d'exploitations agricoles a diminué de 34,6% en 10 ans. On compte 163 exploitations agricoles sur le territoire. La grande majorité des exploitants ont plus de 50 ans. Seuls 7 agriculteurs âgés de plus de 50 ans signalent avoir un repreneur. Une agriculture fortement marquée par l'importance numérique des chefs d'exploitation âgés constitue un handicap dans la mesure où ils sont moins enclins à s'adapter au changement, à se reconverter, à adopter de nouvelles méthodes de production ou de commercialisation, ou encore à répondre favorablement aux mesures agri-environnementales.

Conclusion

Au vu de l'analyse de la situation du secteur agricole sur le territoire des trois communes, les communes vont être confrontées à la disparition ou encore à la reprise (non familiale) des exploitations agricoles présentes sur le territoire. Afin d'éviter la disparition de l'agriculture familiale du paysage et pour le développement durable du secteur, la politique d'aide à la diversification et à la modernisation doit être poursuivie ainsi qu'une politique d'aide aux jeunes agriculteurs et à la reprise d'exploitations agricoles.

3.2.1.6. Environnement / Cadre de vie

Tenneville

La région est immensément riche en sites naturels. Les plus connus sont ceux repris dans les réserves naturelles. La Boulaie du Rouge Poncé a le statut de réserve depuis 1969. Elle se situe à 550m d'altitude sur le plateau forestier de Freyr. La Fange de la Basseille s'étire sur près d'1km sur la rive droite du ruisseau du même nom. A côté de ces réserves, il y a les sites de Grand Intérêt Biologique : la tourbière de Hourchamps, la Fontaine de Stock, le Bois des Dames, la Fagne Massa, l'ensemble forestier du Bois Saint-Michel et Saint-Hubert, les Rochers de Falize, les Fanges du plateau de Saint-Hubert, la Tourbière Sainte-Gertrude et la zone naturelle du ruisseau de Cens.

La commune de Tenneville fait partie du Parc Naturel des Deux Ourthes. Au niveau des bâtiments classés, il y a la tour de l'Eglise Sainte-Gertrude. Une série de bâtiments ont été repris à l'inventaire du Patrimoine Monumental de la Belgique. Ceux-ci sont intéressants, significatifs d'une valeur historique, culturelle ou symbolique.

Une zone d'intérêt culturel, historique et esthétique est fixée au plan de secteur, la zone d'Erneuville.

Il existe deux sites de fouilles archéologiques à savoir à l'Eglise Sainte-Gertrude de Tenneville et sur l'ancienne chaussée romaine de Wyompont.

Tenneville est également partenaire (avec 7 autres communes) de "La Grande Forêt de Saint-Hubert".

Sainte-Ode

La richesse du patrimoine naturel et paysager de Sainte-Ode est remarquable. On peut notamment citer les huit sites de Grand Intérêt Biologique, les réserves naturelles domaniales Magery et Orti, les sites NATURA 2000 du bassin moyen de l'Ourthe occidentale

et de la Forêt de Freyr, une zone humide d'intérêt biologique dans les vallées de l'Ourthe et de la Basseille, un frêne classé à Magerotte et une liste de 40 arbres et haies remarquables.

Commune d'Ardenne centrale avec des paysages remarquables, Sainte-Ode est marquée par la présence de l'Ourthe et du Laval, ce qui l'a amenée à faire partie du Parc Naturel des Deux Ourthes et du Contrat de rivière de l'Ourthe. Une partie du massif forestier est concernée par un projet Life (mise en valeur des milieux tourbeux) et par le PGISH (Plan de gestion du Massif forestier de Saint-Hubert).

Sainte-Ode est également partenaire (avec 7 autres communes) de "La Grande Forêt de Saint-Hubert".

Bertogne

Le patrimoine naturel et paysager de Bertogne est également très intéressant. On peut citer les réserves naturelles d'Ortho et des Deux Ourthes. Cette dernière se trouve en bordure de l'Ourthe occidentale, à quelques centaines de mètres en amont de l'endroit où l'Ourthe orientale et l'Ourthe occidentale se rejoignent. La réserve s'étend dans un milieu forestier mixte (feuillus et résineux) sur un versant fortement pentu et où les affleurements rocheux sont nombreux. L'intérêt paysager de cette partie de la vallée de l'Ourthe est indéniable.

On peut également citer les sites de très Grand Intérêt Biologique comme l'étang de Fasonne et ses environs ainsi que le grand vivier.

La commune de Bertogne fait également partie du Parc Naturel des Deux Ourthes.

Tenneville / Sainte-Ode / Bertogne

On constate que les trois communes disposent d'un petit patrimoine bâti très intéressant mais souvent en mauvais état. Les PCDR des communes de Tenneville et Bertogne ont déjà permis de restaurer en partie ce petit patrimoine. Certains travaux sont également prévus à Sainte-Ode dans le cadre du PCDR.

Conclusion

Le cadre de vie général, à savoir la richesse de l'environnement naturel associant le calme et la tranquillité est toujours une réalité. La présence de petits commerces d'appoint ainsi que la proximité avec les centres urbains contribuent également à assurer un cadre de vie agréable. La qualité de l'environnement, la nature préservée et le cadre de vie chaleureux expliquent l'attrait touristique de la région, qui souhaite poursuivre ses efforts afin que le tourisme reste un tourisme vert qualitatif et éviter le tourisme de masse.

3.2.1.7. Mobilité

Les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne occupent une position centrale par rapport à plusieurs pôles provinciaux tels que Bastogne, Marche, Libramont, La-Roche-en-Ardenne et Houffalize ; mais également par rapport aux villes d'Arlon, de Namur et de Liège. Il est également important de souligner la proximité des trois communes avec le Grand-Duché de Luxembourg.

Sainte-Ode est sillonnée par 5 routes régionales, dont 2 anciennes voiries provinciales. L'étendue du territoire amène la commune à devoir gérer plus de 300 Km de voiries. Traversée par la N4, la commune de Tenneville doit gérer plus de 202 Km de voiries communales.

Inscrite dans le triangle Houffalize-Bastogne-La-Roche, la commune de Bertogne est bordée au sud-ouest par la N4 et au nord-ouest par la E25. La commune gère 390 Km de voiries.

La Police ne relève aucun point noir particulier de sécurité routière sur le territoire des trois communes.

On constate que les gares les plus proches se trouvent à Libramont et à Marloie/Marche. Cet éloignement n'incite guère les habitants des trois communes à avoir recours à ce mode de transport. Le même constat peut être fait pour les services du TEC. Bien que le ramassage scolaire organisé vers Bastogne, Libramont et Saint-Hubert soit de bonne qualité, on constate que tout autre déplacement en journée s'avère difficile. La crainte pour l'avenir est de voir certains plans de suppression de lignes, tant du TEC que de la SNCB, appliqués dans la région.

Le Telbus ne rencontre plus le même succès qu'auparavant. Les délais sont trop longs et moins de possibilités sont offertes aux citoyens. Le CPAS de Sainte-Ode a mis en place un taxi social qui rencontre un gros succès. Ce service a permis d'améliorer la mobilité pour les personnes les plus défavorisées face aux problèmes de mobilité.

Les villages des communes de Bertogne et de Sainte-Ode, qui n'ont jamais eu de noms pour leurs rues, hormis Lavacherie, ont été, ces dernières années, dotés de noms choisis par les habitants. Une renumérotation des habitations a été effectuée simultanément. Ces changements ont amélioré la distribution du courrier ainsi que l'accès pour les services incendie ou de soins ou encore l'accueil des visiteurs.

La mobilité au niveau scolaire est parfois un souci car les moyens de se rendre dans les villes par les transports en commun sont peu nombreux ou compliqués à combiner avec les horaires de cours, ce qui oblige bien souvent les familles à devoir louer des kots pour leurs enfants.

Conclusion

La situation géographique des trois communes est intéressante par rapport aux pôles économiques luxembourgeois et wallons. La proximité avec le Grand-Duché de Luxembourg est également un atout. Il faut cependant être vigilant par rapport au risque de voir ces communes devenir des « zones dortoirs ».

La mobilité pour les personnes disposant d'un véhicule n'est pas un souci. Les axes routiers importants sont facilement et rapidement accessibles et ils sont globalement de bonne qualité. L'augmentation constante du coût des carburants couplée aux importantes distances parcourues par certains travailleurs deviennent par contre un problème dont il faut se préoccuper.

Les transports en commun délaissent de plus en plus la Province de Luxembourg et il est désormais compliqué de se rendre au travail autrement qu'en voiture. Les communes doivent donc s'associer avec les autres communes de la Province afin de sauvegarder les services actuels et tenter d'en développer d'autres.

3.2.1.8. Culture, Sport, Monde associatif

Tourisme

Ces dernières années, le nombre de touristes séjournant sur le territoire des trois communes n'a cessé d'augmenter. La tendance s'est donc inversée par rapport aux années 2005-2015. Le nombre de touristes belges est reparti à la hausse alors que la fréquentation du territoire par des visiteurs étrangers est en constante augmentation. Le nombre d'hébergements touristiques est également en constante augmentation. Les gîtes les plus récents rencontrent un vif succès car ils répondent davantage aux attentes "modernes" des visiteurs. La promotion touristique du territoire est de bonne qualité. Notons tout de même que la commune de Sainte-Ode a davantage développé le tourisme que ses voisines. Son syndicat d'initiative est particulièrement dynamique et les initiatives d'animation et de promotion ne manquent pas.

L'offre en matière de restauration est restée stable au cours des dernières années. Les établissements sont de qualité et appréciés tant par les locaux que par les touristes. Les produits du terroir sont de plus en plus nombreux, et la volonté pour les agriculteurs de se diversifier en la matière est réelle (surtout chez les plus jeunes agriculteurs). Les efforts d'information et de soutien initiés par l'ADL ces dernières années portent leurs fruits.

Au niveau des attractions et activités touristiques sur les trois communes, on peut citer :

- Les réseaux de promenades balisées
- Le bois didactique de La Fontaine
- Le patrimoine religieux
- Les réserves naturelles (Rouge Poncé, Orti, etc.)
- L'Ardenne Nordic Park
- Le centre d'interprétation du Champignon
- Les circuits « Au fil de l'eau », circuit des fontaines, Route du Souvenir, etc.
- Les pêcheries
- Les manifestations (marchés de terroir, Tables Secrètes, fêtes du PNDO, etc.)
- Etc.

Les trois communes se distinguent donc par un tourisme vert qui consiste avant tout à procurer au visiteur un contact personnalisé, une insertion dans le milieu rural physique et humain, ainsi que, dans la mesure du possible, une participation aux activités nombreuses, coutumes et modes de vie des habitants. Les communes sont donc bien aux antipodes du tourisme de masse et désirent le rester.

Le profil des trois communes, avec le charme de leurs paysages, l'harmonie de leurs villages et la qualité de leur environnement, permet d'envisager sereinement le développement d'un tourisme rural diffus.

Deux Maisons de Tourisme couvrent le territoire d'action de l'ADL : Le Pays de Bastogne (Sainte-Ode et Bertogne) et la Maison du Tourisme de la Forêt de Saint-Hubert.

Culture

La commune de Tenneville dispose d'une commission culturelle, qui travaille en coordination avec les divers groupements existants, la maison de la culture de Marche-en-Famenne (MCFA) et les Comités culturels régionaux ; ainsi que d'une bibliothèque, la « Bibliothèque communale de Champlon-Tenneville ». Un service itinérant du bibliobus est également assuré à Tenneville. Il existe également une troupe théâtrale : « Dramatique de Cens ».

La commune de Sainte-Ode est jumelée avec Sainte-Mère-Eglise en Normandie. Ce jumelage a déjà permis de nombreux échanges culturels entre les habitants. Le passage du bibliobus est assuré sur la commune de Sainte-Ode. Une académie de musique, la Royale Emulation Ardennaise de Lavacherie, est également active à Sainte-Ode. Notons que dans le cadre du PCDR, une Maison Rurale, c'est-à-dire une maison de village à vocation culturelle, verra le jour dans les années à venir à Lavacherie.

La commune de Bertogne dispose d'une bibliothèque. Les jumelages avec les communes de Séguret et Porlock permettent de nombreux échanges culturels entre les habitants de ces différents pays. Comme pour Tenneville et Sainte-Ode, le passage du bibliobus est assuré sur le territoire de la commune de Bertogne.

Sport

La commune de Tenneville compte 19 groupements sportifs : la construction du hall sportif de Tenneville permet le développement des activités de ces clubs et la création de nouvelles activités.

12 clubs de sport sont actifs sur la commune de Sainte-Ode : les infrastructures sportives mises à disposition du club de football sont neuves. La salle de sport d'Amberloup vient d'être totalement rénovée et accueille les clubs de gymnastique et de tennis de table. Les infrastructures dans leur ensemble sont de bonne qualité. La commune dispose également de 3 terrains multisports.

12 groupements sportifs sont recensés sur la commune de Bertogne : les infrastructures sont correctes et répondent relativement bien aux besoins des clubs. Toutefois, Bertogne et Sainte-Ode sont heureuses du partenariat conclu avec Tenneville dans le cadre de l'occupation et de la gestion du centre sportif.

Monde associatif

La vie associative est très active sur le territoire des trois communes. On dénombre plus de 100 mouvements associatifs en tous genres sur les trois communes.

La commune de Tenneville compte 39 mouvements associatifs : les infrastructures d'accueil sont bonnes, notamment grâce au premier Plan Communal de Développement Rural dont la commune a pu bénéficier.

A Sainte-Ode, on recense 34 associations actives sur le territoire. Grâce au PCDR, une maison de village a été construite à Tillet. La Maison rurale de Lavacherie verra le jour dans les années à venir ainsi qu'un local de rencontres à Magerotte.

38 mouvements associatifs sont recensés sur la commune de Bertogne : comme à Tenneville, le premier PCDR a permis à la commune de Bertogne de réaliser les travaux nécessaires afin de pouvoir disposer de maisons de villages et de locaux mis à la disposition des mouvements associatifs.

Outils d'animation

On peut considérer que tous ces mouvements associatifs sont de véritables outils d'animation pour les trois communes concernées. Cependant, chaque commune dispose également d'un agent responsable de l'accueil extrascolaire. Les 3 communes disposent d'un bus pour les activités scolaires ou extrascolaires. Les accueils extrascolaires réalisent également une brochure reprenant l'ensemble des activités présentes sur leur territoire.

Chaque commune organise également, lors des vacances scolaires, des plaines de vacances. Les CPAS et les personnes responsables de l'accueil extrascolaire collaborent avec les communes afin de proposer des animations aux enfants.

La commune de Sainte-Ode a la chance de pouvoir compter sur un outil d'animation de renom : le C.R.A.B.

Le C.R.A.B. est l'abréviation de Centre Régional d'Animation de Beauplateau, une Maison des Jeunes de catégorie 1 reconnue par la Communauté Française de Belgique depuis sa fondation en 1977. Ce centre cherche, avant tout, à proposer à tous les jeunes de la région de s'épanouir à travers des activités culturelles et d'animation de qualité. Ses objectifs :

- être un lieu ouvert et accessible, à tous les jeunes qui résident dans la région ;
- donner la possibilité aux jeunes de développer leurs projets avec l'aide d'un professionnel ;
- répondre aux problèmes spécifiques de notre époque tels que le sida, le décrochage scolaire, la recherche d'emploi, la drogue, etc.
- organiser des activités socioculturelles de qualités ;
- valoriser les jeunes ainsi que leurs créations.

Le C.R.A.B. a deux particularités. D'une part, il est situé dans une région rurale, ce qui implique une grande ouverture sur toute la région. Le C.R.A.B. travaille régulièrement avec les jeunes des communes de Tenneville et Bertogne et des villes de Bastogne, Libramont et Saint-Hubert, mais il d'adresse avant tout aux jeunes de la commune de Sainte-Ode.

Conclusion

Le tourisme est un des éléments majeurs de l'économie locale et reste une perspective d'avenir pour le développement du territoire. Une analyse précise du secteur donnera des axes de travail pour l'amélioration de l'offre tant en terme d'hébergement que d'activité. Mais il faut garder à l'esprit que le développement doit aller et rester, pour le respect des caractéristiques des communes, vers un tourisme vert, tourisme nature et non un tourisme de masse.

L'ADL a réussi sa mission de rassemblement des différents acteurs et opérateurs (3 syndicats d'initiative, 2 maisons de tourisme) autour de projets communs. Le développement touristique s'envisage désormais de manière plus globale. Les efforts de soutien à ce secteur resteront au cœur des préoccupations de l'ADL. Lors des années à venir, les efforts seront particulièrement axés sur la transition numérique des acteurs de ce secteur. Un axe prioritaire du plan d'actions de l'ADL sera clairement consacré au tourisme, un autre à la transition numérique.

Les trois communes ont bien compris que la vie associative est un véritable moteur pour les communes rurales et qu'il est dès lors important de soutenir les différents mouvements existants.

Bien que disposant d'outils performants et répondant généralement à leurs besoins, les trois communes vont poursuivre leur concrétisation de projets de grande envergure afin de combler certaines lacunes et de permettre aux secteurs sportif, associatif, culturel et de l'animation de s'épanouir et de développer leurs activités.

3.2.1.9. Enseignement

Tenneville

Deux centres scolaires dispensent un enseignement à la fois maternel et primaire. Ils sont situés à Tenneville et à Champlon et appartiennent tous deux au réseau de l'enseignement communal.

Bertogne

Six centres scolaires dispensent un enseignement à la fois maternel et primaire. Ils sont situés à Bertogne, Champs, Compogne, Givry, Longchamps et Mande-St-Etienne. Ils appartiennent au réseau de l'enseignement communal.

Sainte-Ode

Quatre centres scolaires dispensent un enseignement maternel et primaire. Ils sont situés dans les villages de Sprimont, Rechrival, Lavacherie et Tillet et appartiennent au réseau de l'enseignement communal.

Les bâtiments scolaires sont globalement de bonne qualité.

Les adolescents des 3 communes fréquentent les établissements secondaires des communes voisines : Bastogne, Saint-Hubert, Libramont, Houffalize, La-Roche en Ardenne. En ce qui concerne les études supérieures, les jeunes de la région qui souhaitent se rendre à l'université se dirigent vers Namur, Liège, Bruxelles ou Louvain-la-Neuve. Différents établissements supérieurs proposent des baccalauréats en Province de Luxembourg. Ils sont situés à Bastogne, Libramont, Arlon, Virton, etc.

Conclusion

L'enseignement se limite au maternel et au primaire. Les écoles ont bonne réputation, les infrastructures sont de bonne qualité et la très grande majorité des enfants des communes fréquentent les écoles présentes sur leur territoire. Les seuls points noirs sont la mobilité (pour le secondaire et le supérieur) ainsi que le coût des études pour les parents dont les enfants se rendent à l'université. L'absence d'université en Province de Luxembourg les obligent à louer des kots étudiants dans les villes estudiantines.

3.2.1.10. Social

Les CPAS des trois communes ont pour mission d'assurer l'aide sociale qui a pour but de permettre à chacun de mener une vie conforme à la dignité humaine. Les moyens d'actions dont il dispose sont les suivants :

- Le CPAS donne tous les renseignements et informations nécessaires afin que chaque personne puisse faire valoir ses droits.
- Le CPAS effectue les démarches de nature à procurer à chacun tous les droits et avantages possibles.
- Le CPAS assure une aide psychosociale, morale et éducative (guidance, gestion budgétaire).

•Le CPAS accorde l'aide matérielle sous la forme la plus adaptée : droit à l'intégration sociale, droit à l'emploi, droit à l'aide sociale, à l'allocation de chauffage.

Les CPAS ont également mis sur pied d'autres services : un service d'aides ménagères dans le cadre des titres-services, un centre de téléchargement, un service de médiation de dettes, un service d'accueil pour demandeurs d'asile, un service de collecte des déchets à domicile, un taxi social, etc.

Les CPAS de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne collaborent également avec les services suivants : repas à domicile, aides familiales, soins à domicile, télé-vigilance, différentes entreprises de formation par le travail, des organismes d'insertion socioprofessionnelle, des services d'accueillantes d'enfants conventionnés.

Les agences locales pour l'emploi présentes dans chaque commune ont pour but de satisfaire à la demande d'un certain nombre d'activités non rencontrées par les circuits de travail réguliers et qui ne sont pas en concurrence avec ceux-ci. De plus, les ALE doivent aussi répondre à la demande d'emploi de la part des chômeurs de longue durée, des bénéficiaires du revenu d'intégration sociale et de certains bénéficiaires de l'aide sociale financière, qui trouvent difficilement une place sur le marché du travail.

Notons que l'ALE de Tenneville a mis en place une centrale de repassage "Ménage et vous" qui engage actuellement 18 personnes !

La commune de Sainte-Ode dispose quant à elle d'un "Plan de Cohésion Sociale" qui met en place des projets intergénérationnels, lutte contre les assuétudes, etc.

Conclusion

L'ADL n'a pas pour mission d'assurer un but social. Le seul rôle social se situe au niveau de l'emploi, de l'aide à la création d'emplois nouveaux et le maintien des emplois locaux existants. Pour plus de précisions à ce sujet, se référer à la partie Economie/Emploi du diagnostic de territoire.

3.2.1.11. Outils et plans de développement territorial et local et outils d'animation

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Maison de l'emploi | <input checked="" type="checkbox"/> PCDR |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maison du tourisme | <input checked="" type="checkbox"/> PCDN |
| <input checked="" type="checkbox"/> Syndicat d'initiative | <input checked="" type="checkbox"/> Projet européen |
| <input type="checkbox"/> Office du tourisme | <input checked="" type="checkbox"/> Contrat de rivière |
| <input checked="" type="checkbox"/> Intercommunale de développement économique | <input checked="" type="checkbox"/> Schéma de structure communal |

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> GAL | <input checked="" type="checkbox"/> Parc naturel |
| <input checked="" type="checkbox"/> Eco-conseiller | <input type="checkbox"/> Plan de mobilité |
| <input type="checkbox"/> Conseiller en mobilité | <input type="checkbox"/> Plan de rénovation urbaine |
| <input checked="" type="checkbox"/> Conseiller en aménagement du territoire | <input type="checkbox"/> Plan remembrement urbain |
| <input checked="" type="checkbox"/> Entreprise d'économie sociale | <input checked="" type="checkbox"/> Zone naturelle |
| <input type="checkbox"/> Maison de quartier | <input checked="" type="checkbox"/> Patrimoine remarquable |
| <input checked="" type="checkbox"/> Autres | |

Précisez

- Maison de jeunes
- CCATM
- projets inter-ADL avec l'ADL de Bastogne
- ancrage communal
- Plans de cohésion sociale
- Eco-passeur transcommunal
- LTPT (Le Terroir Pour Tous)

3.2.2. Avec quelles communes voisines la ou les communes concernées collaborent-elles et pourquoi ?

La commune de Tenneville fait partie de la Maison de Tourisme de la Forêt de Saint-Hubert qui regroupe les communes de Libramont, Saint-Hubert, Libin, Wellin et Tellin. Ce choix est lié au territoire important de la forêt de Freyr qui se trouve sur la commune de Tenneville.

Les communes de Bertogne et de Sainte-Ode collaborent avec la commune de Bastogne dans le cadre de la Maison de Tourisme du Pays de Bastogne. Ces communes sont logiquement liées par le pôle d'activités touristiques qui se développe sur Bastogne.

Les communes sont actives et partie prenante du Parc Naturel des Deux Ourthes qui regroupe également les communes de La Roche, Houffalize et Gouvy.

Les communes de Tenneville et Sainte-Ode font partie du projet de "La Grande Forêt de Saint-Hubert" avec les communes de Saint-Hubert, Libramont, Wellin, Libin, Tellin et Nassogne.

La commune de Tenneville collabore avec la Ville de Marche pour le développement des projets culturels sur le territoire.

Au point de vue social, le CPAS de Sainte-Ode collabore, pour certains services, avec le CPAS de Bastogne.

Sur le plan économique, les communes de Tenneville et La-Roche-en-Ardenne collaborent dans le cadre du développement de la zone d'activité économique du Gris Han.

Les communes sont également associées à d'autres communes dans le cadre des zones de police et des services incendie.

3.2.3. Justifiez le choix d'un territoire d'action pertinent pour l'ADL (commune seule ou association de communes)

Les communes de Tenneville, Bertogne et Sainte-Ode sont toutes les trois des communes rurales, leur contexte local est à peu de choses près identique. Elles se situent au cœur de la Province de Luxembourg et sont entourées de pôles économiques et touristiques importants.

La situation géographique ainsi que les spécificités justifient la collaboration menée entre les trois communes. De plus, de nombreuses collaborations existent déjà dans divers domaines entre les trois communes.

Au niveau économique, grâce à un dispositif tel qu'une Agence de Développement Local, les trois communes associées sont plus fortes pour défendre leurs spécificités. Les communes sont ainsi mieux armées pour défendre leurs intérêts face aux pôles économiques voisins et mettre en place des projets de soutien aux petits commerçants et indépendants du territoire.

3.2.4. Maison de l'Emploi

Existe-t-il une Maison de l'Emploi ?

- oui
 non

3.2.5. Quels acteurs locaux privés et publics avez-vous consultés lors de la réalisation du diagnostic de territoire et lors de l'établissement du plan d'action?

Secteurs	Liste
Secteur économique	<p>Les commerces Les indépendants Les entreprises Le secteur HORECA Les agriculteurs et producteurs locaux L'UCM IDELUX</p>
Secteur social	<p>Les CPAS Les plans de cohésion sociale Les acteurs de la plate-forme partenariale du FOREM Les organismes privés ou publics actifs dans le domaine social (maisons d'accueil, maisons de repos, etc.)</p>

Secteurs culturel et touristique	Les syndicats d'initiative Les maisons de tourisme Les acteurs touristiques locaux Les associations culturelles locales Les bibliothèques La Grande Forêt de Saint-Hubert
Secteur public	Les mandataires communaux Les membres du personnel des 3 communes
Secteur cadre de vie - environnement	PNDO Contrat de Rivière Ourthe CLDR La population de manière générale via un questionnaire global transmis aux partenaires de l'ADL et plus largement aux habitants

3.2.6. Etude atouts, faiblesses, opportunités, menaces (AFOM)

Pour chacun de ces secteurs, présentez d'abord les atouts et les faiblesses, ensuite les opportunités et menaces qui ont été identifiées par l'équipe opérationnelle lors du diagnostic.

3.2.6.1. Secteur économique

N°	Atouts
ASE1	<p>Le nombre de commerces de proximité reste stable.</p> <p>Le taux moyen d'occupation de la population locale est plus élevé que la moyenne wallonne.</p> <p>Présence d'une Agence de Développement Local depuis 20 ans.</p> <p>Le tourisme vert continue de jouer un rôle important dans l'économie locale.</p> <p>Le nombre d'établissements HORECA reste stable.</p> <p>Le nombre d'exploitations agricoles, bien qu'en constante diminution, reste important.</p> <p>Deux Zones d'activité économique mises en œuvre</p> <p>Présence de nombreuses ZAE dynamiques à proximité (Bastogne, Marche, etc.)</p> <p>Présence de nombreuses TPE</p> <p>Proximité d'axes routiers importants</p> <p>Proximité du Grand-Duché de Luxembourg</p> <p>Présence encore marquée de la valeur "travail"</p> <p>Présence d'entreprises d'économie sociale</p> <p>Le savoir-faire et les produits locaux</p> <p>Présence de chèques commerces</p>

N°	Faiblesses
FSE1	<p>Diminution progressive des exploitations agricoles et des emplois dans le monde agricole.</p> <p>Pas de centres économiques forts.</p> <p>Territoire entouré par des pôles économiques forts et attractifs.</p> <p>Peu de création d'activités.</p> <p>Beaucoup d'acteurs économiques locaux sont en retard au niveau de leur présence web, transition numérique, etc.</p>

N°	Opportunités
OSE1	<p>L'intérêt de plus en plus marqué par la population de consommer local.</p> <p>ZAE récentes, complètement aménagées et bien situées.</p> <p>Le site du "Celly" sur Sainte-Ode (présence de bâtiments, localisation idéale en pleine nature)</p> <p>L'esprit de collaboration des commerçants locaux autour d'un projet commun, les chèques commerces.</p> <p>Le secteur du tourisme, en constante progression.</p> <p>La volonté politique d'inscrire les communes dans une démarche de soutien et de développement de l'économie locale.</p> <p>Les aménagements en cours de la traversée de la N4 à Tenneville.</p> <p>Évolution démographique importante (particulièrement à Bertogne).</p>

N°	Menaces
----	---------

Attractivité de plus en plus forte de pôles voisins : Libramont-Recogne, Bastogne, Pommerloch (au GDL), Marche-en-Famenne, etc.
Faible taux de reprise des exploitations agricoles.
Voir les acteurs économiques dépassés par l'évolution des nouvelles technologies

3.2.6.2. Secteur social

N°	Atouts
ASS1	<p>Peu de bénéficiaires du revenu d'intégration sociale. Présence d'entreprises d'économie sociale. Présence de maisons d'accueil (jeunes ou adultes en difficultés, personnes âgées, etc.) CPAS dynamiques et humains. Absence de quartiers "ghettos". Faible taux de logements sociaux, surtout à Tenneville et Bertogne. Taux de chômage faible comparativement à la moyenne provinciale et régionale. Taxi social.</p>
N°	Faiblesses
FSS1	<p>Mobilité. Isolement. Peu de possibilités d'emploi au niveau local. Peu de possibilités en matière de transports en commun.</p>
N°	Opportunités
OSS1	<p>Tissu associatif dynamique pouvant lutter contre l'isolement. La volonté d'entraide des habitants. Augmentation de la population (surtout à Bertogne). Intérêt de plus en plus marqué de certains demandeurs d'emploi de créer leur propre emploi en s'installant comme indépendant</p>
N°	Menaces
MSS1	<p>Forte augmentation des ménages monoparentaux avec le risque de précarité. Manque de logements locatifs moyens pour jeunes, isolés ou ménages monoparentaux. Risque futur : manque de terrains à bâtir. Accès à la propriété. Suppression possible de lignes du TEC et de la SNCB. Centre pour demandeurs d'asile surdimensionné par rapport aux villages voisins</p>

3.2.6.3. Secteurs culturel et touristique

N°	Atouts
ASCT1	<p>Offre touristique de qualité (hébergements, promenades balisées, tourisme vert, patrimoine, proximité de villes touristiques importantes, etc.).</p> <p>Inversion récente du nombre de nuitées touristiques (à la hausse depuis quelques années)</p> <p>Vie associative, culturelle et sportive dynamique.</p> <p>Seul parc de marche nordique de la Province de Luxembourg.</p> <p>Présence de 3 syndicats d'initiative dynamiques.</p> <p>Maison de tourisme de Saint-Hubert attentive aux besoins de la commune de Tenneville.</p> <p>Passage du bibliobus.</p> <p>Présence de bibliothèques à Tenneville et Bertogne.</p> <p>Attraction touristique phare à Bastogne : la Bastogne War Museum</p> <p>Organisation de nombreuses fêtes locales.</p> <p>Présence de plus en plus importante de produits de terroir.</p> <p>Marché du terroir réputé et marché fermier en constante évolution.</p> <p>Beaucoup d'artistes et artisans locaux</p> <p>Présence d'un centre sportif pluricommunal pour les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne.</p> <p>Partenariats bien établis entre la commune de Tenneville et la Maison de la Culture Famenne-Ardenne.</p>

--	--

N°	Faiblesses
FSCT1	<p>Pas d'identité propre du territoire.</p> <p>Peu de manifestations culturelles sur Sainte-Ode et Bertogne.</p> <p>Peu d'attractions touristiques.</p> <p>Morcellement des structures de soutien (territoire divisé) : 2 Maisons de Tourisme, 2 Centres culturels de référence, etc.</p>

--	--

N°	Opportunités
OSCT1	<p>Développement du secteur touristique (augmentation des nuitées).</p> <p>Constructions de Maisons rurales (à vocation culturelles) à Tenneville et Sainte-Ode.</p> <p>Volonté de promouvoir et structurer les produits de bouche.</p> <p>Renouveau du marché de terroir grâce à l'ADL (poursuivre la dynamique afin de d'intensifier l'attractivité touristique du territoire) et mise en place d'un marché fermier.</p> <p>Refonte des Maisons du Tourisme : Sainte-Ode et Bertogne sont désormais associées à Bastogne (uniquement) - retombées plus importantes pour les 2 communes possibles</p> <p>La volonté de participer ou d'organiser des événements importants afin de promouvoir la région (MESA, Tables Secrètes, 75ème anniversaire de la Bataille des Ardennes, marché des créateurs, journées du patrimoine, inauguration week-end des paysages, etc.).</p> <p>Situation géographique idéale (en pleine nature) au milieu de pôles touristiques qui développent davantage les attractions touristiques phares.</p> <p>Tenneville et son souhait de devenir capitale des bains de forêt.</p>

--	--

N°	Menaces
----	---------

MSCT1	Vieillessement de certains hébergements touristiques. Concurrence liée au développement des OTA. Réticence de propriétaires à s'inscrire dans une démarche de transition numérique.
-------	---

--	--

3.2.6.4. Secteur public

N°	Atouts
ASP1	<p>Proximité des pouvoirs locaux. Enseignement maternel et primaire de bonne qualité et bon état des infrastructures scolaires. Développement et professionnalisation des services aux citoyens. Repas scolaires et pour les personnes du 3ème âge. Fiscalité moyenne voire basse à Tenneville et Bertogne. Bonne information à la population via les sites internet communaux et les bulletins communaux. Ouverture des bureaux communaux à des horaires décalés (soirée, samedi, etc.). Bus communaux pour les activités scolaires, extrascolaires et les mouvements associatifs. Bon accueil de la petite enfance sur le territoire.</p>
N°	Faiblesses
FSP1	<p>Sécurité routière. Mobilité.</p>
N°	Opportunités
OSP1	<p>Travaux d'aménagement de la N4 à Tenneville. Importance de la N4 comme itinéraire bis ou pour rejoindre certaines villes. Construction d'une maison de repos transcommunale neuve avec augmentation du nombre de places d'accueil.</p>
N°	Menaces
MSP1	<p>Mobilité : diminution du nombre de lignes du TEC et de la SNCB.</p>

3.2.6.5. Secteur cadre de vie - environnement

N°	Atouts
ASCE1	<p>Grande richesse de l'environnement naturel associant calme et tranquillité d'où un cadre de vie agréable.</p> <p>Volonté politique et citoyenne de préserver le patrimoine naturel.</p> <p>Parc Naturel des Deux Ourthes.</p> <p>Contrat de rivière Ourthe.</p> <p>Présence de CCATM.</p> <p>Petit patrimoine bâti de qualité.</p> <p>Faune et flore exceptionnelle : présence de plusieurs sites classés et de sites naturels.</p>

N°	Faiblesses
FSCE1	<p>Sites naturels trop peu valorisés et méconnus du grand public.</p> <p>Inadéquation entre l'offre et la demande de logements.</p> <p>Habitats dispersés.</p>

N°	Opportunités
OSCE1	<p>Action de mise en valeur des richesses naturelles menées par le parc naturel.</p> <p>Projets de restauration et valorisation du petit patrimoine via les PCDR.</p> <p>Potentiel de valorisation du cadre de vie pour développer l'attractivité du territoire.</p>

N°	Menaces
MSCE1	<p>Développement de lotissements et risque de voir certains villages dénaturés par des constructions modernes.</p> <p>Risque de développement de quartiers et villages-dortoirs</p>

3.3. Définition des priorités

Listez ci-dessous les différentes priorités (6 maximum) retenues par les acteurs locaux :

N°	Intitulé
1	Valoriser le savoir-faire local et dynamiser l'attractivité du territoire
2	Soutenir et développer le potentiel touristique du territoire
3	Accompagner la transition numérique des acteurs économiques locaux
4	Dynamiser le tissu entrepreneurial et booster l'emploi

3.4. Fixation des objectifs et des actions

3.4.1. Quel est le programme du plan d'actions relatif au projet de développement ?

Déclinez vos priorités en objectifs et actions.

3.4.1.1. Priorité 1

1 Valoriser le savoir-faire local et dynamiser l'attractivité du territoire

3.4.1.1.1. Objectifs et actions à court terme (3 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Structurer et professionnaliser le soutien aux producteurs locaux au travers de 7 projets existants à pérenniser et à développer d'ici à 2022. Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSE1 - OSE1 - MSE1
2	Participer chaque année à l'organisation d'au moins 1 événement porteur afin d'accentuer l'attractivité du territoire Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSE - MSE1
3	Promouvoir les activités des partenaires économiques locaux au travers de 8 canaux de promotion et/ou actions concrètes permanentes d'ici 2022. Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSCT1 - FSCT1 - OSE1 - MSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Soutenir et accompagner le développement des activités du marché fermier mensuel des 3 communes	1

Description du projet

L'ADL, en partenariat avec le groupe citoyen "Le Terroir Pour Tous", a mis en place, en 2014, un marché fermier mensuel sur le territoire. L'objectif est de répondre à la demande de citoyens de pouvoir se fournir régulièrement en produits locaux.

Organisé pendant 3 ans à Amberloup, le marché est maintenant organisé à Tenneville. Seuls les producteurs sont autorisés à être présents sur le marché. L'objectif est de valoriser les circuits courts, d'éviter les intermédiaires et de permettre au consommateur d'entrer directement en contact avec les producteurs. Les marchés sont organisés chaque 1er vendredi du mois de 17h00 à 20h00 (sauf janvier, juillet et août).

Ce projet a également une portée touristique. L'idée d'organiser le marché le vendredi soir a aussi pour objectif d'attirer les touristes qui arrivent pour le week-end.

Le développement d'un tel type de marché est lent mais depuis la fin de l'année 2018, les producteurs confirment une augmentation des ventes.

Depuis 2018, un partenariat avec des associations locales a été mis en place afin d'avoir du personnel supplémentaire pour le bar, le montage, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien aux producteurs locaux et développement de leurs activités.
soutien à l'emploi existant.

L'idée est également de susciter des vocations et d'inciter des porteurs de projets à se lancer dans la production de produits absents sur le territoire d'action de l'ADL.

Certains producteurs envisagent également, si leurs activités évoluent positivement, d'engager du personnel pour les aider dans le développement de leurs activités.

Des projets de sensibilisation à certaines thématiques sont également prévues : zéro déchets, commerce équitable, cycle du pain, etc.

Public concerné

Les agriculteurs et producteurs locaux.

Porteur du projet

ADL et groupe citoyen "Le Terroir Pour Tous"

Rôle de l'ADL

Contacts avec les producteurs, jouer le rôle de relais, apporter l'expérience de l'organisation des marchés de terroir, promouvoir l'événement, etc.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

groupe citoyen : coordination et organisation pratique de l'événement

SI : promotion

Administrations communales : prêt de matériel si nécessaire

Grandes étapes de réalisation prévues

Mars 2014 : organisation du 1er marché à Amberloup

Mai 2017 : déménagement du marché à Tenneville

2018 : Mise en place du partenariat avec les associations locales

2019-2025 : maintien et développement des activités du marché, accueil de nouveaux producteurs, organisation d'infos de sensibilisation à certaines thématiques, etc.

INDICATEURS :

nombre de marchés

nombre de producteurs présents

nombre de visiteurs

Coûts estimé et mode de financement

Le projet s'auto-finance.

Des demandes d'aides ponctuelles sont introduites selon les opportunités (appels à projets)

2

Coordonner et développer les activités du "Marché du Terroir des Deux Ourthes"

1

Description du projet

L'ADL coordonne l'organisation des marchés de terroir depuis l'été 2012. Après 10 ans d'existence à Amberloup, le marché de terroir a ainsi pu bénéficier d'une nouvelle dynamique, initiée par l'ADL. Un partenariat avec des mouvements associatifs locaux a été mis en place afin que l'organisation pratique de l'événement ne soit pas prise en charge par l'ADL. L'ADL, fidèle à son territoire d'action, a délocalisé le marché à Tenneville et Bertogne. Les marchés sont donc organisés chaque jeudi de juillet et août de 17h00 à 20h00, en alternance à Tenneville (2X), Bertogne (2X) et Sainte-Ode (4X). L'ADL a fortement augmenté le nombre d'exposants, afin d'apporter de la nouveauté ! Près de 50 producteurs et exposants participent à au moins 1 marché pour une fréquentation moyenne de 25 exposants par marché. L'ADL, grâce à ce projet, a ainsi pu concrétiser un de ses objectifs en matière de soutien au secteur touristique : faire bénéficier aux communes de Tenneville et Bertogne de l'expérience et du professionnalisme de la commune de Sainte-Ode en matière de développement touristique. Pour les producteurs, cela permet de pouvoir toucher une nouvelle clientèle et donc d'étendre leur zone de chalandise.

En 2019, le "Marché du Terroir des Deux Ourthes" fêtera ses 18 ans d'existence. Ce projet reste un projet de référence pour le soutien aux producteurs locaux. Cela permet également, chaque année, de soutenir de nouveaux producteurs ou artisans qui se lancent sur le territoire. En 2018, le marché a accueilli 3 nouveaux porteurs de projets du territoire : les jeux de la Jonquille (artisan qui réalise des jeux anciens en bois et les proposent à la vente ou à la location), les Éditions Memory (nouvelle maison d'édition du territoire), ainsi qu'un nouveau maraîcher.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien concret aux producteurs et artisans du territoire
Développement d'une image de marque du territoire et professionnalisation d'un produit d'appel touristique ayant pour conséquence non seulement d'attirer les touristes présents dans la région sur le territoire des 3 communes, mais également de les faire revenir.

Public concerné

Les producteurs et artisans locaux.
Les professionnels du tourisme.

Porteur du projet

ADL
Syndicats d'initiative

Rôle de l'ADL

Coordination générale de l'événement : relais entre les SI, les MT, les administrations communales, les exposants, etc.
Contact avec les exposants, gestion de leurs inscriptions, etc.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : promotion et organisation pratique de 6 marchés : montage et démontage des tonnelles, tables et bancs, ventes au bar, etc. + gestion des aspects financiers (recherche de subsides, frais de promotion, etc.)
Associations locales : organisation pratique de 2 marchés : : montage et démontage des tonnelles, tables et bancs, ventes au bar, etc.
Administrations communales : mise à disposition de personnel ouvrier pour la préparation, prêt de barrières nadar, etc.

Grandes étapes de réalisation prévues

Marché organisé chaque jeudi de juillet et août de 17h00 à 20h00.

INDICATEURS :

Nombre de marchés
Nombre de producteurs et artisans
Nombre de visiteurs

Coûts estimé et mode de financement

Selon les accords entre les partenaires, les aspects financiers ne concernent pas l'ADL. Ils sont gérés par les SI. Ils recherchent les subsides et payent les frais liés à la promotion et à l'organisation des marchés.

3

Développer les activités du "GACoeur de l'Ourthe"

1

Description du projet

L'idée de ce projet est née de la demande des producteurs et exposants qui souhaitent rendre leurs produits disponibles pour le plus grand nombre tout au long de l'année. Il y a également une demande de la part des consommateurs de pouvoir se procurer des produits locaux régulièrement. Afin de compléter l'offre proposée aux marchés fermier et de terroir, l'ADL a donc décidé de mettre en place un "Groupement d'Achat Commun" sur le territoire. Les citoyens ont rapidement répondu positivement à l'appel lancé par l'ADL et en 6 mois, le projet a pu être concrétisé. Un site internet d'e-commerce a été lancé (www.gacoeurdelourthe.be) afin de permettre aux consommateurs de passer facilement commande des produits qui les intéressent. Plus de 500 produits sont disponibles sur le site. Les distributions ont lieu 2 fois par mois, une fois le mardi soir et une fois le samedi matin. Le principe d'un GAC est que chaque famille bénéficiaire du projet participe activement à la réalisation des nombreuses tâches. L'ADL joue un rôle de supervision et de coordination mais assure principalement la promotion du dispositif, la recherche de nouvelles familles et de nouveaux producteurs locaux.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien direct, concret et très régulier (2X par mois) aux producteurs locaux.
Augmentation conséquente du chiffre d'affaires de nombreux producteurs.

Certains producteurs envisagent également, si leurs activités évoluent positivement, d'engager du personnel pour les aider dans le développement de leurs activités.

Le GAC, le marché fermier et le marché de terroir permettent donc aux producteurs locaux de vendre leurs produits toute l'année et de bénéficier d'une belle visibilité.

Public concerné

Les producteurs locaux
Les familles qui participent au GAC

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Mise en place et coordination du projet

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Chaque famille s'occupe d'une tâche utile au bon fonctionnement du GAC

Grandes étapes de réalisation prévues

octobre 2016 : mise en place du GAC

Permanent : recherche de nouveaux producteurs, de familles, promotion du GAC.

INDICATEURS :

Nombre de distributions

Nombre de familles inscrites

Nombre de commandes passées

Chiffre d'affaire annuel

Nombre de producteurs locaux fournisseurs

Coûts estimé et mode de financement

Le projet n'engendre ni coûts ni bénéfices.

La réalisation du site d'e-commerce a été prise en charge par une famille du GAC.

4

Participation et soutien à l'organisation de la fête du Parc Naturel des Deux Ourthes

2

Description du projet

Organisation, chaque année, d'une fête du Parc naturel des Deux Ourthes. Le PNDO regroupe 6 communes dont les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne. En moyenne, la fête du PNDO concerne donc le territoire de l'ADL un an sur 2. L'ADL veille à ce que les producteurs et artisans de son territoire soient bien invités à participer à l'événement. L'ADL est elle-même présente avec un stand afin de promouvoir ses actions, présenter ses projets et promouvoir les acteurs économiques locaux de son territoire.

Selon le contexte, l'ADL peut aussi représenter un producteur ou artisan qui serait dans l'incapacité d'être présent.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Il s'agit davantage d'un événement promotionnel et de visibilité pour l'ADL même si le soutien aux artisans et producteurs est bien présent. La fête attire en moyenne 3000 personnes, la présence de l'ADL est donc pertinente.

Public concerné

Les partenaires de l'ADL
Les citoyens du territoire

Porteur du projet

PNDO

Rôle de l'ADL

Présence avec un stand
Relais vers les producteurs et artisans du territoire

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

PNDO : organisation globale et l'événement

Grandes étapes de réalisation prévues

Une fête est organisée chaque année entre juin et septembre.

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre de contacts pertinents par rapport aux activités de l'ADL

Nombres d'emails collectés pour la newsletter

Coûts estimé et mode de financement

Aucun coût pour l'ADL.

5

Adhésion de la commune de Sainte-Ode à l'opération "Commune du commerce équitable" et mise en place régulière d'actions à Tenneville et Bertogne

1

Description du projet

L'objectif de la campagne consiste à sensibiliser au commerce équitable et à encourager la consommation de produits équitables à l'échelon communal. Responsables politiques, commerçants, entreprises, travailleurs, enseignants, consommateurs, etc., tous peuvent jouer un rôle pour donner plus de chances aux produits équitables et, par là, aux producteurs défavorisés du Sud. La réussite de la campagne requiert la participation des acteurs locaux, et l'obtention du titre « Commune du commerce équitable » nécessite un engagement collectif. La campagne est centrée sur les produits du commerce équitable mais elle promeut de façon large une consommation responsable pour un développement durable tant au Nord qu'au Sud. C'est pourquoi, en Belgique, il a été décidé d'ajouter un sixième critère qui vise à soutenir les produits locaux provenant d'une agriculture durable.

La campagne comporte six critères. Une fois remplis, la commune se voit décerner le titre honorifique de « Commune du commerce équitable » par Max Havelaar et reçoit une plaque routière à l'effigie de la campagne.

CRITÈRE 1 - AUTORITÉ COMMUNALE

Le Conseil communal vote une résolution ou une motion signifiant la participation de la commune à la campagne et l'engagement de l'administration à consommer du café et au moins un autre produit du commerce équitable.

CRITÈRE 2 - COMMERCE ET HORECA

Un certain nombre de commerces et établissements horeca sur le territoire de la commune

proposent des produits du commerce équitable et communiquent vers leurs clients sur cette offre. Un objectif quantitatif est défini en fonction du nombre d'habitants de la commune.

CRITÈRE 3 - ENTREPRISES, ORGANISATIONS ET ÉCOLES

Des entreprises, institutions, associations et écoles installées sur le territoire de la commune mettent des produits du commerce équitable à la disposition de leurs travailleurs, public et élèves et diffusent de l'information sur leur engagement.

CRITÈRE 4 - COMMUNICATION ET SENSIBILISATION

La commune communique régulièrement sur sa participation à la campagne auprès des médias locaux ; elle organise par ailleurs au moins un événement annuel de sensibilisation sur le commerce équitable auprès du grand public.

CRITÈRE 5 - COMITÉ DE PILOTAGE

Un comité de pilotage local et diversifié prend les initiatives nécessaires pour impliquer les différents acteurs concernés par la campagne et remplir les six critères ; il assure l'engagement de la commune dans la durée et mène celle-ci à l'obtention du titre.

CRITÈRE 6 - PRODUITS AGRICOLES LOCAUX ET DURABLES Parce que les agriculteurs de chez nous comptent aussi, la commune soutient également une initiative en faveur des produits agricoles locaux et durables.

Durant l'agrément 2014-2019, les communes de Tenneville et Bertogne ont obtenu le titre de "Commune du commerce équitable". Afin que tout le territoire soit dans la même dynamique, la commune de Sainte-Ode va également s'inscrire dans la démarche afin d'obtenir rapidement le titre.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien aux producteurs locaux via le sixième critère.
Soutien aux commerces et établissements HORECA en vue d'une diversification de leur offre et donc un élargissement automatique de leur clientèle.
Attractivité et mise en valeur du territoire via l'obtention du label "commune du commerce équitable"

Public concerné

L'ensemble des acteurs locaux sensibles à la démarche.

Porteur du projet

ADL
Administration communale

Rôle de l'ADL

Accompagnement dans les contacts à prendre avec les commerces et le secteur HORECA.
Gestion du critère n°6 qui vise à soutenir et associer les producteurs locaux.
Coordination du comité de pilotage et encodage des données reprises dans le dossier.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Groupe citoyen "Le Terroir pour Tous" : assurer la présence d'OXFAM au marché fermier et la présence de producteurs locaux.
Administration communale : achats de produits équitables
Partenaires locaux : participation au comité de pilotage
Plateforme du commerce équitable en Province de Luxembourg : promotion et soutien des actions menées.

Grandes étapes de réalisation prévues

Janvier 2020 : dépôt du dossier
Juin 2020 : Obtention du titre
Ponctuel (mais chaque année) : organisation d'événement de sensibilisation et de promotion de la démarche.
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'actions menées

Coûts estimé et mode de financement

Les frais de promotion éventuels seront assumés par les administrations communales.
Subsides demandés chaque année au TDC via l'appel à projets "semaine du commerce équitable" + subsides provinciaux ponctuels.

6

Accompagnement de partenaires locaux dans leurs projets d'organisation de marchés locaux, marchés des créateurs, marché public de Bertogne, etc.

1

Description du projet

Forte de son expérience de coordination des "Marchés du Terroir des Deux Ourthes" et des marchés fermiers, diverses associations locales sollicitent régulièrement l'ADL afin qu'elle puisse contacter les producteurs et artisans locaux et les inciter à participer à des marchés de Noël, marchés de créateurs, etc.
La marché public de Bertogne, qui existe depuis 2018, souhaite également s'agrandir et proposer des produits locaux.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

L'objectif est de donner priorité aux producteurs et artisans locaux afin de leur permettre de se faire connaître et de disposer de plus de lieux de vente. En renforçant leur présence sur certains événements, l'objectif est de voir certains artisans ou producteurs qui exercent leur activité en activité complémentaire de passer en activité principale. L'objectif est également de susciter de nouvelles vocations.

Public concerné

Les producteurs et artisans locaux

Porteur du projet

Les associations et partenaires qui organisent les événements

Rôle de l'ADL

Contacteur les artisans et producteurs afin de les inciter à participer à ces événements.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Les associations : organisation, coordination générale, etc.

Grandes étapes de réalisation prévues

En fonction des dates des événements.

INDICATEURS :

Nombre d'accompagnements

Nombre d'exposants renseignés

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

7

Participation active à l'organisation de "Tables Secrètes" sur le territoire

2

Description du projet

Une table secrète est un dîner ouvert à tous, d'une centaine de couverts. Elle prend place dans un lieu surprenant du territoire de l'ADL organisatrice. Elle propose un menu unique au prix de 60€. Le menu est composé de produits locaux issus du territoire. Le menu est préparé librement, par un chef/restaurateur/traiteur de la commune organisatrice. Les convives ne découvrent le lieu du repas que 24 heures à l'avance. Pour chaque Table Secrète, la qualité sera visée afin de développer une image de marque de l'événement.

2 Tables Secrètes ont été organisées sur le territoire en 2018 et 2019. Les répercussions d'un tel projet sont énormes pour le territoire : visibilité importante et Wallonie et à Bruxelles (et même au-delà). De nombreux partenaires locaux participent à ce projet et sont ainsi valorisés.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

L'organisation d'un tel événement mobilise beaucoup de partenaires économiques locaux et assure la promotion de bon nombre de ceux-ci :

- producteurs des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne
- restaurateur du territoire et son équipe
- propriétaires de lieux
- professionnel de l'éclairage et de la sonorisation
- un jeune porteur de projet qui a développé son activité de toilettes sèches mobiles.
- lieux à réhabiliter sur le territoire
- projet qui a également une portée touristique. Des personnes viennent de loin pour participer à une Table Secrète et des hébergements touristiques locaux ont également eu des retombées grâce à ce projet (indicateur mesurable : 6 gîtes/chambres d'hôte au minimum ont eu des réservations grâce à ce projet en 2018-2019)
- promotion du territoire à l'échelle wallonne
- participants : 160 locaux/140 extérieurs au territoire (dont 40 extérieurs à la Province de Luxembourg)
- des partenaires nous ont déjà clairement signalé avoir eu des contacts professionnels avec retombées suite à ces événements.

Public concerné

Producteurs locaux
Restaurateurs
Prestataires de services divers
Professionnels du tourisme

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

En 2020 , une troisième Table Secrète sera organisée par l'ADL afin de couvrir l'entièreté du territoire. Par la suite, l'ADL envisage de se coordonner avec les Syndicats d'initiative locaux pour qu'ils deviennent les porteurs du projet. L'ADL resterait un partenaire privilégié et se chargerait de diverses tâches, mais pourrait ainsi déléguer la coordination générale.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : promotion de l'événement
Restaurateur : organisation du repas et du service
Communes : soutien logistique

Grandes étapes de réalisation prévues

Janvier 2020 : recherche d'un lieu sur le territoire
Février/mars : consultation et désignation des prestataires
avril/juin : promotion de l'événement, du territoire, des partenaires, etc.
Été 2020 : Organisation de l'événement
Automne 2020 : planification des prochaines Tables Secrètes et délégation de tâches aux S.I. locaux
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de producteurs locaux
Nombre de prestataires locaux
Nombre de retombées sur les réseaux sociaux
Nombre de participants extérieurs au territoire

Coûts estimé et mode de financement

10.000€
Subsides espérés : 2.000€
Ventes repas et bar : 8500€

8

Promotion des acteurs économiques locaux via le site
www.consommerlocal.be

3

Description du projet

Ce site a été conçu tant pour les partenaires économiques de l'Agence de Développement Local que pour les habitants des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne afin de les informer sur les actions et projets de l'ADL, de l'association des commerçants, etc.
Avec un nom de domaine porteur, notre objectif est d'attirer un maximum de visiteurs sur le site afin de soutenir et renforcer l'économie locale, qu'elle soit commerciale, touristique, entrepreneuriale, alimentaire, artisanale ou événementielle. En effet, nous sommes convaincus que le savoir-faire de nos professionnels locaux vaut le détour... tant virtuel que réel !
Travailler sur un territoire pluricommunal nous oblige à disposer d'un site internet indépendant des sites internet communaux afin d'y rassembler toutes les informations économiques du territoire.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien à l'activité économique déjà présente et aux porteurs de projets

Public concerné

Les partenaires de l'ADL et les citoyens.
Faciliter la rencontre de ces 2 publics !

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Mises à jour et développement de nouvelles rubriques et fonctionnalités

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Partenaires privés, associatifs : envoi d'information à relayer

Grandes étapes de réalisation prévues

Mises à jour hebdomadaires

INDICATEURS :

Nombre de partenaires présents sur le site

Nombre de visiteurs sur le site

Nombre de mises à jour du site

Coûts estimé et mode de financement

Hébergement et plate-forme : 65€ par an financés par l'ADL

9

Inciter et accompagner les acteurs économiques locaux à participer à divers événements promotionnels organisés par d'autres partenaires : journée de l'artisan, place aux enfants, journée découverte entreprise, journée du client, fermes ouvertes, etc.

3

Description du projet

Il s'agit d'une action permanente.

Le nombre d'événements organisés par les différents niveaux de pouvoirs ou par des organismes publics ou privés à l'attention des indépendants, des commerces, des entreprises, des artisans, etc. sont de plus en plus nombreux. Leur objectif est de stimuler l'économie en Région wallonne. Une ADL se doit de jouer le rôle de relais de ces événements. Elle est également là pour stimuler ses partenaires à participer à ces

organisations diverses. La valorisation du savoir-faire local et la promotion de l'économie locale passent par la participation des acteurs économiques locaux à des événements.

Les événements sont nombreux : journées fermes ouvertes, journées des entreprises, journée de l'artisan, place aux enfants, journée du client, portes ouvertes brasserie, chantiers ouverts, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Action de soutien au tissu économique local.

Public concerné

Les indépendants, les commerçants, les entreprises, etc.

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Informar et stimuler les partenaires

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Envoi des infos à l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

Réagir rapidement en fonction des événements organisés.

INDICATEURS :

Nombre d'événements recommandés
Nombre de partenaires locaux participants

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

10

Promotion ponctuelle des acteurs économiques locaux via la rubrique ADL des bulletins communaux et les sites internet communaux - Présentation systématique d'un acteur de l'économie locale (focus) dans les bulletins communaux de Sainte-Ode et Tenneville

3

Description du projet

Ces dernières années, les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne ont modernisé leurs sites internet. Les partenaires économiques de l'ADL peuvent bénéficier d'une page de présentation de leurs activités sur le site internet de leur commune. La newsletter sera également disponible « en ligne » sur les sites internet communaux.

L'ADL va également poursuivre la gestion de la rubrique « économie-ADL » des bulletins communaux des 3 communes.

Un feuillet de présentation des indépendants locaux sera également inséré et mis à jour dans les fardes de présentation remises aux nouveaux habitants.

A Sainte-Ode, réalisation, dans chaque bulletin communal, d'un focus sur un indépendant/commerçant du territoire afin de mettre le savoir-faire local en valeur.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien aux acteurs économiques locaux.
Plus grande visibilité des indépendants.
Mise en réseau du tissu économique local.

Public concerné

Les indépendants

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Communes : espaces rédactionnels dans les bulletins communaux

Association des commerçants et club d'entreprises : proposition de publications, mises à jour, développement de rubriques, etc.

Grandes étapes de réalisation prévues

Action permanente

INDICATEURS :

Nombre de publications

Nombre de focus

Nombre de partenaires concernés par les publications

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

11

Envoi mensuel d'une newsletter aux partenaires

3

Description du projet

L'informatique fait partie des moyens de communication qu'il est indispensable d'utiliser à bon escient. L'ADL souhaite poursuivre l'envoi régulier d'une lettre d'information (newsletter) aux indépendants et partenaires économiques du territoire. Cela permet de garder un contact régulier avec eux, d'informer sur les actions de l'ADL, sur les nouveautés en matière de législation, etc. Il s'agit également d'un moyen efficace de répondre, par la rédaction d'articles spécifiques, à des questions fréquemment posées par les partenaires et ainsi d'anticiper certains besoins. C'est également un moyen de dynamiser le vivier économique local et mettre en réseau le tissu économique local.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Action de soutien au tissu économique local.
Informers les partenaires des nouveautés les concernant (législation, aides, projets de l'ADL, etc.).
Mise en réseau du tissu économique local.

Public concerné

Les partenaires économiques de l'ADL

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Collecte des infos.
Travail de veille économique.
Rédaction des articles.
Mise en forme de la newsletter et envoi à la liste de contacts.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Des professionnels du secteur (UCM, FOREM, Chambre du commerce, etc.) pourront être associés à la démarche et fournir des informations aux agents afin de les aider dans la rédaction d'articles spécifiques.

Grandes étapes de réalisation prévues

La newsletter de l'ADL est envoyée mensuellement
INDICATEURS :
Nombre d'articles envoyés (nombre d'articles d'infos générales - nombre d'articles sur l'activité locale)
Nombre de newsletter
Nombre d'inscrits à la newsletter

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

12

Intensifier les actions liées aux chèques commerces

3

Description du projet

Les chèques commerces existent depuis décembre 2012. Près de 70 commerces sont actuellement partenaires du projet. En 6 ans, plus de 275.000 € ont été mis en circulation. Les 3 communes ont pris la décision de récompenser les habitants qui fréquentent régulièrement le parc à conteneurs en leur remettant des chèques pour 15€ (Sainte-Ode et Bertogne) ou 20€ (Tenneville). Les chèques sont également offerts aux concitoyens à différentes occasions : remises de prix-récompenses, cadeaux, primes naissances, primes isolation, bénévoles, etc. Des commerçants offrent désormais des chèques à leurs clients. Certains commerces ont même remplacé leur système de carte de fidélité par l'octroi de chèques commerces.

Afin que le projet reste "vivant", l'ADL et l'association de commerçants doivent en permanence réfléchir à la manière de dynamiser le système et d'en assurer la promotion.

De ce projet est née la mise en place de l'association des commerçants qui a amené une toute nouvelle dynamique commerciale sur le territoire. Plusieurs projets ont déjà été financés grâce au dispositif des chèques commerces (un prélèvement de 0,50€ est effectué sur chaque chèque de 15€ et de 0,20€ sur chaque chèque de 5€). Dès qu'un certain montant est disponible, l'association des commerçants et l'ADL réfléchissent à des actions à mettre en place afin de soutenir les commerces locaux.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Il s'agit très concrètement d'un projet de soutien à l'emploi existant.

Public concerné

Les commerces locaux

Porteur du projet

ADL et association des commerçants.

Rôle de l'ADL

Promotion du dispositif et accompagnement de l'association des commerçants dans la dynamisation ds actions menées.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Association des commerçants : gestion du dispositif (remboursements, etc.)

Grandes étapes de réalisation prévues

Actions annuelles de dynamisation du dispositif

INDICATEURS :

Nombre de chèques vendus (aux communes, aux commerces, aux particuliers)

Montant annuel mis en circulation

Nombre de commerces affiliés

Nombre d'actions menées

Coûts estimé et mode de financement

Le projet s'auto-finance et génère des bénéfices qui permettent de mettre en place des actions pour les commerces locaux.

13 Redynamiser l'organisation des HORECA DAYS

3

Description du projet

Initiée en 2012 par l'ADL des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne, en collaboration avec l'ADL de Bastogne, les HORECA DAYS consistent à organiser un week-end de mise en valeur et de promotion des établissements HORECA et de proposer une offre touristique innovante dans la région et la province. Il est demandé aux établissements de proposer quelque chose d'attractif durant tout un weekend

(menu du terroir, happy hour, cadeaux, réductions, etc.). L'objectif de l'événement est de remplir les établissements HORECA à un moment creux de l'année. Organisé en 2012 sur le territoire des communes de Tenneville, Sainte-Ode, Bertogne et Bastogne, l'événement a été organisé sur l'ensemble du territoire provincial de 2013 à 2017.

La Province de Luxembourg ayant décidé de ne plus organiser l'événement, certaines ADL des provinces de Namur et Luxembourg envisagent de redynamiser l'événement dès 2020-2021.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur HORECA.

Offre touristique innovante et attractive.

Inciter les habitants des communes concernées à se rendre dans les établissements Horeca de leur commune ou d'une commune voisine en période creuse.

Faire découvrir le secteur HORECA.

Mise en valeur du savoir-faire culinaire local et des produits régionaux.
Inciter les restaurants à proposer des menus incluant les produits de terroir.
Attirer des touristes ou des habitants extérieurs aux communes partenaires.
Attirer une clientèle étrangère dans notre province et les communes concernées.

Public concerné

Le secteur HORECA des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne.
Les touristes
Les habitants des communes

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Syndicats d'initiative et Maisons de Tourisme : promotion et contacts avec les établissements touristiques

Grandes étapes de réalisation prévues

Relancer l'organisation de l'événement dès 2020 ou en 2021.

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre d'établissements participants

Fréquentation des établissements

Coûts estimé et mode de financement

Coûts de promotion et impression de dépliants : 500€/an financés par l'ADL

14

Accompagner et dynamiser l'association des commerçants

3

Description du projet

L'association des commerçants des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne a été créée dans la foulée de la mise en place des chèques commerces sur le territoire. Il fallait un élément fédérateur pour réussir à motiver les commerçants à s'associer dans une dynamique commune. Les commerçants partenaires des chèques commerces sont d'office membres de l'association. Dans ce cas, ils ne payent pas de cotisation car le dispositif des chèques commerces est payant (prélèvement de 0,5€ par chèque de 15 euros et de 0,20 euros par chèque de 5€).

L'association se réunit une fois par an afin de faire le point sur les chèques commerces et sur les actions menées. C'est également à cette occasion que sont décidés les projets futurs.

L'ADL accompagne l'association dans sa dynamique en proposant des idées, stimuler les partenariats et veiller à ce que la dynamique ne s'essouffle pas.

L'ADL donne également un coup de main dans la mise en œuvre des projets (recherche de subsides, promotion, etc.).

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au tissu économique et à l'emploi existant.

Public concerné

Les commerçants

Porteur du projet

Association des commerçants

ADL

Rôle de l'ADL

Accompagnement et dynamisation

Coordination de certains projets.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Association des commerçants : proposer des projets à mettre en place + participation aux activités

Grandes étapes de réalisation prévues

Une réunion annuelle
Étapes selon les projets menés
INDICATEURS :
Nombre de membres
Nombre d'actions menées par l'association
Nombre de contacts avec l'association et ses membres

Coûts estimé et mode de financement

Projets financés par l'argent généré par les chèques commerces.

15

Organiser une séance d'information sur le statut d'artisan et accompagner les partenaires intéressés par la démarche

1

Description du projet

Un artisan peut solliciter une reconnaissance légale auprès de la Commission Artisans du SPF Économie (loi du 19 mars 2014). Cette reconnaissance consacre le caractère authentique de son activité, l'aspect manuel de son travail et son savoir-faire artisanal. Grâce au logo attestant l'obtention de la reconnaissance légale, l'artisan peut compter sur une plus grande visibilité auprès du public. Ce petit plus pour son image de marque peut aussi booster son activité !

Depuis l'entrée en vigueur de la loi en juin 2016, plus de 1100 artisans ont obtenu cette reconnaissance légale auprès du SPF Economie. Ils figurent dans un répertoire mis à jour après chaque réunion de la Commission ou du Conseil. La reconnaissance n'est possible que si

- l'artisan est inscrit à la Banque-Carrefour des Entreprises comme personne physique ou morale pour l'exercice d'une ou plusieurs activités ayant un but lucratif ;
- l'artisan a moins de vingt travailleurs ;
- son activité consiste en la production, la transformation, la réparation ou la restauration d'objets ou encore la prestation de services.

Lors de l'octroi de la reconnaissance, la Commission Artisans tient compte

- des aspects essentiellement manuels et du caractère authentique de l'activité ;
- de l'importance du travail manuel ;
- du savoir-faire axé sur la qualité, la tradition, la création ou l'innovation.

L'ADL a accompagné un artisan dans ses démarches de reconnaissance en 2018. Suite à cela, les agents ADL se sont rendus compte que peu d'artisans étaient reconnus sur le territoire.

L'objectif de cette action est donc d'informer les artisans sur la démarche et la plus-value d'une telle reconnaissance et ensuite d'accompagner les artisans intéressés dans le processus de reconnaissance.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien aux artisans dans la reconnaissance de leur travail, développement de leur visibilité et de leur activité.

Public concerné

Les artisans

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Organisation de la soirée d'information.
Accompagnement des artisans

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Présentation effectuée par une personne du SPF économie ou mandatée par le SPF

Grandes étapes de réalisation prévues

Soumis le : 28/06/2019 10:38 - 415333-971000
de : adl1004 (adl@sainte-ode.be)
à : Serv. Reception ADL (emploi@spw.wallonie.be)

Organisation de la séance d'information en 2021
Accompagnement des artisans selon les demandes
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de participants
Nombre d'accompagnements
Nombre d'artisans reconnus

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

16

Développement de partenariats dans le cadre du festival « A Travers Champs »

1

Description du projet

Depuis 2008, tous les deux ans, le Festival « A Travers Champs » propose une sélection de regards de cinéastes sur la ruralité, à travers des films de fiction ou des documentaires. Sur ce qui la compose, la caractérise, et cela partout dans le monde. Sur les questions qui s'y posent, parfois avec urgence. L'agriculture, les métiers de la terre, l'habitat, l'environnement, les ressources alimentaires, la mobilité, les services publics... Y vivre et/ou en vivre ? Y vivre mieux ? La quitter ? La réinventer ? La protéger ? Où ? Comment ? Avec quels moyens, quelles ressources, quelles forces vives ? Et pourquoi ?

Autour d'une trentaine de films, de rencontres avec les réalisateurs, d'échanges entre citoyens, de moments conviviaux, d'expositions, de débats, de dégustations de produits locaux, avec le concours de nombreuses associations locales, le Festival permettra de mieux comprendre et de participer à la transformation et à l'évolution en cours ou à venir de « ces ruralités » aussi diverses.

Ce festival a pour but de faire découvrir, à travers le cinéma, les questions qui se posent aujourd'hui, dans nos régions mais aussi ailleurs dans le monde, aux consommateurs, producteurs, agriculteurs, citoyens, tout simplement.

A notre niveau, nous voudrions profiter du festival pour fédérer les agriculteurs, les impliquer dans le visionnement et le choix des films et par là faire émerger leurs besoins, leurs questionnements, leurs préoccupations, etc... Pour ensuite développer des projets qui répondent à ces besoins.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Collaborations entre agriculteurs
Diversification
Soutien du secteur

Public concerné

Agriculteurs et producteurs locaux
Consommateurs

Porteur du projet

Centre culturel des Roches à Rochefort

Rôle de l'ADL

Relais vers les agriculteurs et producteurs du territoire
Rassembler les agriculteurs autour du projet et faire émerger les besoins
Communication

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

CCR : Organisation globale et coordination du projet
MCFA La Roche - Tenneville : Organisation de l'évènement sur Tenneville
Partenariat élargi pour l'organisation globale de la manifestation : Centres culturels de Dinant, Durbuy, Hotton, Nassogne, Beauraing, Libramont, Ciney, Hastière, Havelange ; Cinémarche, Rochefort en transition, CIDJ, IFAPME, Petit théâtre de la Grande Vie de Forcée, MCFA.

Grandes étapes de réalisation prévues

Le festival a lieu au mois de mars tous les deux ans. Prochaine édition : 2020

Décembre 2018 : 1ère assemblée de tous les partenaires, organisation en groupes de travail et planning des réunions de la plénière.

Mars 2019 : décision des lieux, horaires et partenaires de diffusion des films.

Avril 2019 : mise en place de la communication générale

Septembre 2019 : création d'un groupe de travail d'agriculteurs de Tenneville

24 octobre 2019 : plénière pour le choix des films

Octobre-décembre 2019 : mise en place d'une animation "qu'est-ce que la ruralité?" avec divers groupes de la commune

mars 2020 : organisation du festival.

INDICATEURS :

Nombre d'agriculteurs contactés

Nombre d'agriculteurs participants

Nombre de participants

Nombre de besoins recensés

Coûts estimé et mode de financement

Les frais éventuels pour l'évènement à Tenneville sont pris en charge par l'Administration communale.

Un subside sera demandé à la Province ou à l'APAQW pour une dégustation de produits locaux

Les frais de cession de droits, de location de matériel, de promotion et de communication sont assurés par la MCFA.

17

Organisation annuelle d'un banquet des producteurs locaux

3

Description du projet

Organisation d'un événement annuel réunissant les partenaires de divers projets de l'ADL : GAC, marché fermier, commerce équitable, produits locaux à l'école, marché de terroir, etc.

Le banquet permet également de toucher un nouveau public, de sensibiliser de nouveaux

citoyens à la consommation de produits locaux et équitables, etc.

Le nombre de visiteurs au marché fermier et de familles inscrites au GAC a augmenté significativement suite à l'organisation des deux premiers soupers. C'est particulièrement mesurable pour le GAC.

Il faut dès lors poursuivre cette dynamique afin d'intensifier les répercussions positives sur tous les projets liés à cette organisation.

C'est également un coup de projecteur annuel important pour les producteurs locaux.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Ventes directes pour les producteurs.

Soutien et développement des activités des producteurs locaux.

Public concerné

Producteurs locaux

Porteur du projet

ADL et bénévoles du GAC

Rôle de l'ADL

Coordination avec les producteurs, commandes, promotion.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

GAC : installation, préparation, service bar, etc.

Grandes étapes de réalisation prévues

Organisation annuelle

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre de producteurs locaux fournisseurs

Nombre de participants

Coûts estimé et mode de financement

Le projet s'autofinance.

3.4.1.1.2. Objectifs et actions à moyen terme (6 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Accentuer le soutien aux producteurs locaux par la mise en place de 3 nouvelles actions d'ici 2024 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSE1 - OSCT1
2	D'ici 2025, développer le soutien aux agriculteurs du territoire par 2 actions d'accompagnement de ceux-ci en vue de diversifier leurs activités Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSE - MSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Mettre en place un label de valorisation pour les producteurs locaux	1

Description du projet

Un label atteste qu'un produit ou un service a été conçu conformément à certains critères de qualité ou à des normes. C'est également un symbole renvoyant à des valeurs. A ce titre, il peut orienter les préférences des consommateurs.

Les labels constituent un important support de crédibilité s'ils sont contrôlés par des organismes indépendants. Il faut en effet distinguer les labels officiels, développés et attribués par des organismes indépendants ou des institutions, des labels autodéclarés par les entreprises.

Les premiers sont accordés à partir d'une grille d'évaluation transparente établie selon les secteurs et les familles de produits. A l'inverse, les labels autodéclarés sont développés par les entreprises à partir de critères définis par elles et dans le seul cadre de leurs activités.

Devant la profusion de labels, le consommateur doit se rappeler que la fiabilité d'un label dépend de plusieurs critères, à savoir :

- un label n'a de valeur que si les critères sont plus stricts que la législation nationale ou les normes internationales ;
- les critères sont élaborés en consultation avec toutes les parties prenantes (producteurs ou organisations du secteur, organisations de consommateurs, etc.) ;
- l'organisation qui contrôle les critères est reconnue et indépendante (accréditée) ;
- l'organisation qui gère le label est transparente sur les critères utilisés et les modes de vérification.

Afin de valoriser le travail de nos producteurs locaux et d'aller au-delà des initiatives mises en place ces dernières années (marchés locaux, GAC, etc.), l'ADL souhaite mettre en place un label reprenant un ensemble de critères stricts afin de valoriser le savoir-faire local.

Il faudra définir le territoire et les partenaires (territoire du parc naturel, de la grande forêt de Saint-Hubert, uniquement le territoire de l'ADL, etc.), informer, réunir les producteurs et artisans, réaliser les démarches, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Il s'agit d'une plus-value importante en terme d'image et développement des activités des producteurs et artisans. L'objectif est de soutenir ce secteur et de l'aider à se développer.

Public concerné

Producteurs locaux
Artisans

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Partenaires à déterminer selon le territoire choisi

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : prises de contact et décision sur le territoire valorisé
2021 : Information et sensibilisation des producteurs et artisans / définir le contenu du label, les normes à respecter, etc.
2022 : demande de reconnaissance
2023 : réalisation d'un visuel de promotion / Actions de promotion
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de producteurs potentiels
Nombre de producteurs labellisés

Coûts estimé et mode de financement

1500€ financés par l'ADL, les communes, les partenaires

2	Favoriser la commercialisation des produits locaux et développer un point de vente sur le territoire	1
---	--	---

Description du projet

Afin d'aller plus loin dans la démarche de promotion et de soutien aux artisans et producteurs locaux, l'ADL souhaite inciter des partenaires privés à développer la vente de produits locaux au sein de leurs établissements.
L'idée est également d'inciter un porteur de projets à développer une épicerie locale de vente de produits locaux et/ou en vrac sur le territoire. Il est désormais aisé d'acheter des produits locaux de manière groupée sur les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne. Mais les moments de vente sont fixes, ponctuels, demandent de passer commande préalablement, etc. Ces éléments constituent un frein pour toute une partie de la population qui souhaiterait pouvoir acheter des produits locaux sans devoir anticiper la démarche. C'est la raison pour laquelle avoir une épicerie de produits locaux et/ou des espaces de vente de produits locaux au sein de commerces existants sont des initiatives qui permettraient de booster les ventes de producteurs.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement des ventes des producteurs locaux
A terme, engagement de personnel pour certains producteurs.
Augmentation de la fréquentation des commerces locaux par les consommateurs en recherche de produits locaux.

Public concerné

Producteurs locaux
Porteur de projet
Commerçants

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Recherche de porteurs de projets

Démarchage auprès de commerces du territoire

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Porteur de projet : mettre toute son énergie dans le projet

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche dès que possible et viser à finaliser l'action pour 2024
INDICATEURS :

Nombre de produits locaux vendus dans les commerces existants

Nombre d'initiatives de commercialisation de produits locaux

Nombre de points de vente permanents

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

3	Réaliser un focus annuel sur les restaurateurs/traiteurs du territoire avant les fêtes de fin d'année	1
---	---	---

Description du projet

Chaque année, la période des fêtes de fin d'année est un moment important pour les traiteurs/restaurateurs car les ventes sont importantes et une bonne part du chiffre d'affaire annuel est réalisé pendant cette période. On constate chaque année que chacun réalise sa propre publicité selon ses moyens financiers et humains. Nous pensons qu'il y a moyen de communiquer mieux, de globaliser l'information et donc de booster les ventes pour les traiteurs/restaurateurs. Proposer un accompagnement en terme de communication sera également un bon moyen pour l'ADL d'inciter les traiteurs/restaurateurs à intensifier leur valorisation des produits locaux. La démarche a été initiée ces dernières années via les repas organisés lors des vœux communaux, via des repas organisés pour des mouvements associatifs locaux, via les Tables Secrètes, etc. Il faut néanmoins poursuivre les démarches et intensifier les collaborations entre producteurs et restaurateurs locaux.

Une fois les infos collectées, un support serait réalisé avec les offres locales en matière de plats préparés pour les fêtes, services traiteurs, repas collectifs organisés, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Booster les ventes des restaurateurs/traiteurs locaux à un moment de l'année extrêmement important pour le chiffre d'affaire annuel.

Public concerné

Restaurateurs/traiteurs
Producteurs locaux

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Prise de contact
Organiser une rencontre restaurateur/producteur
Lister les offres proposées pour les fêtes
Réaliser un support promotionnel
Mettre en place une campagne promotionnelle

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Restaurateurs/traiteurs : accepter d'intégrer les produits locaux dans leur offre

Producteurs locaux : être à l'écoute des besoins des restaurateurs/traiteurs

Administration communale : mise à disposition des outils de communication

Grandes étapes de réalisation prévues

juin 2021 : prise de contact

septembre 2021 : rencontre restaurateurs/producteurs

octobre 2021 : collecte des infos
Octobre/novembre : réalisation du support promotionnel
Novembre/décembre : promotion
INDICATEURS :
Nombre de produits locaux valorisés par les restaurateurs/traiteurs
Nombre de restaurateurs/traiteurs contactés
Nombre d'offres recensées
Évaluation de l'évolution du CA suite à la promotion

Coûts estimé et mode de financement

réalisation et impression du support promotionnel : 800€ financés par l'ADL si aucun subside n'est obtenu.

4 Recenser les spécificités agricoles du territoire et promouvoir les initiatives de diversification

2

Description du projet

Trop souvent, la diversification agricole est uniquement envisagée sous l'angle des "produits locaux". Il existe cependant d'autres initiatives de diversification agricole qui méritent d'être mises en avant et qui peuvent également susciter des vocations et donc permettre à certaines exploitations d'envisager le développement de leurs activités sous un angle nouveau. L'ADL souhaite donc recenser les initiatives de diversification présentes sur le territoire et assurer la promotion de celles-ci.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur agricole et maintien de l'emploi actuel
Partage de bonnes pratiques

Public concerné

Les agriculteurs

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Recensement
Contacts
Promotion des initiatives

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Agriculteurs : transmission d'infos, partages d'expériences

Grandes étapes de réalisation prévues

2022-2023 : recensement et rencontres avec les agriculteurs
2023-2024 : promotion des activités de diversification
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'agriculteurs contactés/valorisés
Nombre d'initiatives de diversification recensées
Nombre d'actions de promotion

Coûts estimé et mode de financement

A priori, aucun coûts spécifiques

5 Développer des partenariats avec les structures d'aides à la diversification afin d'informer et accompagner sur la diversification agricole

2

Description du projet

A l'heure où la production locale répond à une demande réelle et croissante de la société, nous souhaitons inciter les agriculteurs à se diversifier. Que ce soit dans la transformation de leurs produits, dans l'accueil à la ferme et le tourisme vert ou encore dans la production d'énergies.

Nous souhaitons collaborer davantage avec les structures d'aide à la diversification existantes afin d'encourager les agriculteurs à innover, à se diversifier, à valoriser leurs productions et les guider dans ce sens. Organiser des séances d'information et des rencontres entre les structures d'aide à la diversification et les agriculteurs afin de les informer sur les multiples possibilités de diversification et les accompagner dans leurs éventuels projets.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Permettre aux agriculteurs de développer des projets de diversification afin de maintenir et pérenniser leurs activités
Maintenir le tissu artisanal rural
Valoriser le secteur de l'agriculture

Public concerné

Les agriculteurs/producteurs

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Initier et stimuler la réflexion sur la diversification, organiser des séances d'information avec les structures d'aide à la diversification. Jouer le rôle de relais entre les agriculteurs et les structures d'aide à la diversification

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Structures d'aide à la diversification (Accueil champêtre, Diversifirme, La ceinture alimentaire, etc.) : Informer et guider les agriculteurs, de la création à la finalisation de leurs projets.

Grandes étapes de réalisation prévues

Début des démarches en 2022
Organisation des séances d'infos en 2023-2024
Accompagnement selon les souhaits des partenaires
INDICATEURS :
Nombre de structures d'aide contactées
Nombre de partenariats
Nombre d'accompagnements
Nombre d'agriculteurs contactés

Coûts estimé et mode de financement

Aucun coût

3.4.1.1.3. Objectifs et actions à long terme (10 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Équiper le territoire de structures professionnelles pour le développement des activités agricoles d'ici 2030 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSE1 - OSE1
2	Intensifier l'attractivité du territoire et revaloriser un site historique important du territoire d'ici 2030 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Faciliter l'émergence de produits locaux représentant le territoire d'action de l'ADL INDICATEURS : Nombre de nouveaux produits Nombre de nouveaux producteurs	1
2	Mettre en place un large partenariat afin de rénover et reconvertir l'ancien oratoire des Pères Rédemptoristes de Beauplateau (lieu de la première Table Secrètes du territoire) Fait/pas fait État d'avancement	2
3	Accompagner les producteurs intéressés par le mise en place de coopératives, etc. État d'avancement Fait/pas fait Nombre de producteurs rassemblés	1
4	Réalisation des repas à domicile (écoles et personnes âgées) sur le territoire et y inclure les produits locaux Fait/pas fait État d'avancement Nombre de repas réalisés quotidiennement Nombre de produits locaux inclus	1
5	Saisir les éventuelles opportunités pour disposer d'un hall relais agricole Fait/pas fait État d'avancement Nombre d'agriculteurs/producteurs partenaires	1
6	Développer l'image pluricommunale du territoire État d'avancement Nombre de projets contribuant à cette évolution	2

3.4.1.2. Priorité 2

2 Soutenir et développer le potentiel touristique du territoire

3.4.1.2.1. Objectifs et actions à court terme (3 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Accompagner les partenaires afin que leur activité soit qualitativement reconnue d'ici 2022 par la concrétisation de 2 nouvelles actions Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSCT1 - ASCT1 - MSCT1
2	Développer 4 nouveaux outils de promotion touristique d'ici 2022 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSCT1 - OSCT1
3	Rassembler les acteurs touristiques au minimum 1 fois par an et augmenter l'offre événementielle par la concrétisation d'1 projet majeur chaque année Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSCT1 - OSCT1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Organiser des rencontres régulières entre les opérateurs touristiques du territoire	3

Description du projet

L'ADL fut à l'origine des partenariats et échanges entre les différents opérateurs touristiques actifs sur le territoire. L'organisation de 7 éditions de "Wallonie Week-ends Bienvenue" et la délocalisation des marchés de terroir de Sainte-Ode à Bertogne et Tenneville ont permis de vérifier que les bonnes volontés de chacun pouvaient être concrétisées en projets sur le terrain.

L'ADL a ensuite veillé à mettre en place une plateforme des opérateurs touristiques sur le territoire. Celui-ci est en effet découpé en 3 syndicats d'initiative, 2 maisons de tourisme et 1 parc naturel. Il y a également le projet de massif forestier dont font partie Sainte-Ode et Tenneville. Le but est d'intensifier les actions menées en commun afin de renforcer le territoire au niveau touristique.

L'objectif de l'ADL est de veiller à ce que chaque projet mené par une structure touristique propre à une commune puisse bénéficier à l'ensemble du territoire. Il faut dès lors une excellente communication et une grande confiance entre les partenaires.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur touristique et développement des activités de cet acteur incontournable de la vie économique locale.

Public concerné

Les professionnels du tourisme.

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Relayer les infos, réunir les partenaires, informer, etc.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : informer l'ADL de leurs projets et activités
MT : informer l'ADL de leurs projets et activités
Partenaires privés : informer l'ADL de leurs projets et activités

Grandes étapes de réalisation prévues

Travail de veille permanent
INDICATEURS :
Nombre de rencontres
Nombre d'opérateurs touristiques contactés/rencontrés

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

2

Sensibiliser les partenaires à l'adhésion à la Marque Ardenne

1

Description du projet

La situation était claire : si chaque Ardennais continuait à œuvrer en solo, l'Ardenne allait disparaître... Il fallait réagir et les Ardennais l'ont fait. La volonté de créer une marque Ardenne transfrontalière est donc née de ce constat partagé par un grand nombre d'acteurs du territoire concerné composé des Ardennes française, belge et grand-ducale.

Aujourd'hui, cette marque partagée est bien née ! Son objectif ? Renouveler l'image de l'Ardenne. Et ouvrir avec conviction le chantier d'une attractivité commune pour cette destination autrefois morcelée sur plusieurs pays et régions.

Des dizaines de partenaires locaux ont validé cet objectif, suite à de nombreux mois de travail. Au départ d'une définition du profil identitaire de l'Ardenne transfrontalière, ils ont créé une marque « Ardenne » destinée à booster son attractivité.

L'enjeu est de taille tant ce chantier touche tous les secteurs d'activités. Pour l'économie, l'ambition est claire : faire mieux connaître les savoir-faire des entreprises ardennaises et voir de nouvelles entreprises se créer. Pour les milliers d'acteurs touristiques concernés, un seul but : des visiteurs plus nombreux et un chiffre d'affaires à la hausse !

La marque Ardenne s'appuie sur des valeurs communes avec une volonté de faire mieux ensemble. Ladite marque propose un nouveau discours sur cette région. Fédérateur et basé sur les forces de l'Ardenne, il renouvelle le regard porté sur ce territoire. La marque traduit les valeurs autour desquelles tous les Ardennais peuvent se retrouver, y compris dans des outils de communication facilement appropriables. Ces valeurs issues de l'identité du territoire, sont traduites en langage graphique (un logo, des couleurs, des visuels...) et dans un vocabulaire propre (des mots-clés, des expressions...). Ce langage commun permet d'être repéré, de séduire, de fidéliser, de se démarquer des autres, de garantir ce qui est acheté, de fédérer... Et, in fine, de positionner le territoire à l'extérieur de ses frontières de manière positive.

Mais, à l'évidence, c'est à la condition d'être portée et revendiquée par le plus grand nombre que cette nouvelle identité Ardenne sera reconnue et que les structures qui y adhéreront en recueilleront les bénéfices.

Une marque partagée se veut aussi une manière d'apporter des réponses touristiques plus en phase avec les valeurs premières du territoire ardennais.

L'ADL souhaite informer davantage les partenaires du territoire sur l'existence de la Marque Ardenne et sur les modalités d'adhésion.

Une séance d'information sera organisée et l'ADL assurera un accompagnement des partenaires qui souhaitent adhérer.

Des publications fréquentes seront également insérées dans les bulletins communaux, sur les réseaux sociaux, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Faire mieux connaître les savoir-faire des entreprises ardennaises et voir de nouvelles entreprises se créer.
Des visiteurs plus nombreux et un chiffre d'affaires à la hausse !

Public concerné

Partenaires touristiques

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Information, organisation de séances d'information, accompagnement, etc.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Marque Ardenne : présence lors des séances d'info afin de répondre à toutes les questions des partenaires

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche en 2020
Indicateurs : voir 15 partenaires locaux participer à la séance d'information - augmenter de 10% le nombre d'adhérents à la Marque Ardenne dès 2022
INDICATEURS :
Nombre de partenaires contactés
Nombre de participants/réactions
Augmentation du nombre d'adhérents

Coûts estimé et mode de financement

100€ : réception après la séance d'information
Financement : compte de l'ADL

3

Informers les partenaires sur les conditions d'adhésion à des labels et reconnaissances officielles

1

Description du projet

Il existe toute une série de reconnaissances et labels en Wallonie afin de développer l'attractivité de son établissement touristique : hébergement insolite, bienvenue vélo, gîte panda, gîtes de Wallonie, séjours pêche, reconnaissance CGT, etc.
Beaucoup d'hébergements pourraient prétendre à certaines reconnaissances et labels de qualité afin de booster leur taux d'occupation. Il n'est pas toujours évident pour les propriétaires de trouver toutes les informations en la matière. Il est parfois encore plus compliqué d'introduire les demandes de reconnaissance. L'ADL souhaite donc informer et accompagner les propriétaires afin que la qualité des hébergements présents sur le territoire soit davantage reconnue et mise en avant. Cela passera par de l'information (écrite, soirées d'informations, etc.) et de l'accompagnement (faciliter les démarches pour les propriétaires, les accompagner, assurer un suivi, etc.)

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement de l'activité touristique du territoire.

Public concerné

Les professionnels du tourisme

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : transmission des infos en leur possession sur les hébergements, aides, etc.
SI et MT : communication sur les actions menées

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : réaliser un état des lieux général
2021 : informer les partenaires
2021-2023 : accompagner les partenaires dans leurs démarches
INDICATEURS :

nombre de participants aux séances d'informations
nombres d'hébergements accompagnés
nombre de reconnaissances obtenues par les partenaires
Augmentation du nombre d'adhérents à des reconnaissances officielles

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

4

Informers les partenaires sur l'année à thème et les accompagner dans leur volonté de participer à la dynamique

3

Description du projet

Chaque année, un thème touristique est choisi en Wallonie. En 2019, le thème "Wallonie, terre d'eau" a porté les actions touristiques wallonnes. Les thème de l'année 2020 sera "la nature". Ce thème est choisi afin de donner un coup de projecteur sur un segment du potentiel touristique du territoire wallon. Dans cette dynamique, des budgets spéciaux sont prévus afin de booster l'attractivité touristique wallonne. Les partenaires privés comme publics sont invités à introduire des dossiers afin de bénéficier de ces aides. L'ADL souhaite donc informer et accompagner les partenaires dans cette démarche afin de saisir toutes les opportunités qui se présentent pour professionnaliser l'offre, promouvoir le territoire et développer l'attractivité touristique des 3 communes.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur touristique

Public concerné

Les professionnels du tourisme (privés et publics)

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Information, sensibilisation, accompagnement

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI et MT : répondre aux appels à projets qui leur sont réservés

Grandes étapes de réalisation prévues

Action permanente car un thème est défini chaque année.

INDICATEURS :

Nombre de partenaires contactés

Nombre de partenaires intéressés

Nombre de partenaires inscrits dans la démarche

Coûts estimé et mode de financement

Aucun coût pour l'information, la sensibilisation et l'accompagnement

5

Participer à l'organisation d'un événement annuel sur le territoire en lien avec l'année à thème

3

Description du projet

Afin de profiter de la promotion et des aides proposées par la Région wallonne dans le cadre de l'année à thème du secteur touristique, l'ADL veillera à ce qu'un événement soit organisé chaque année sur le territoire. Les thèmes proposés sont très porteurs pour le tourisme et les retombées économiques peuvent être importantes. La promotion assurée par la Région wallonne pour les événements est réalisée à l'échelle wallonne et par Wallonie Belgique Tourisme. L'ADL pourra, selon les circonstances et les thèmes définis, porter un projet, en être un partenaire ou intégrer le thème à un événement ou un autre projet touristique.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur touristique et développement de l'attractivité du territoire

Public concerné

Les professionnels du tourisme
Les touristes
Les commerces

Porteur du projet

Selon les opportunités : SI, MT, ADL

Rôle de l'ADL

Veiller à ce qu'un événement soit organisé chaque année
Selon les années, porter le projet ou en être un partenaire

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Variable selon les opportunités

Grandes étapes de réalisation prévues

Organisation annuelle
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de partenaires contactés en vue d'organiser un événement
Nombre de participants à l'événement

Coûts estimé et mode de financement

A déterminer selon les projets

6	Faciliter le développement des projets des Maisons du Tourisme sur le territoire de l'ADL	2
---	---	---

Description du projet

Les Maisons du Tourisme du Pays de Bastogne et de la Forêt de Saint-Hubert mettent régulièrement en place des projets de développement touristique pour le territoire d'action de leur MT. Il est essentiel pour les MT de pouvoir compter sur des partenaires fiables et dynamiques sur le territoire. Les syndicats d'initiative sont les partenaires naturels des MT. Mais les syndicats d'initiative des communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne ne fonctionnent qu'avec des bénévoles. Il est dès lors souvent compliqué pour les SI de veiller à la bonne mise en œuvre des projets des MT sur leur territoire. L'ADL dispose des ressources humaines qui peuvent permettre de palier à ce manquement. Le tourisme étant un secteur extrêmement important pour l'économie locale, il est essentiel de veiller à ce que chaque projet porté par une structure partenaire soit mis en place de manière optimale sur le territoire.

Exemples de projets :

FESTIVAL DES FEUX D'ARTIFICES

Cet été encore, et ce pour la 4ème édition consécutive, les communes de Bastogne, Bertogne, Sainte-Ode et Vaux-sur-Sûre vous offriront des spectacles pyrotechniques à vous couper le souffle ! Afin que ce projet soit un succès, l'ADL va collaborer avec les SI de Sainte-Ode et Bertogne pour que ces feux d'artifice soient organisés lors d'événements majeurs organisés sur le territoire, à savoir les festivités du 21 juillet à Bertogne et le marché de terroir de fin de saison à Sainte-Ode.

BALADE « GOURMANDE » PMR

Parce que nous souhaitons que le tourisme et ses activités soient accessibles à tous, la MT organisera une « Balade gourmande » sur la commune de Bertogne en y apportant une attention particulière pour les personnes à mobilité réduite (poussettes, béquilles, chaises roulantes, joëlettes, ...) Tout au long d'un parcours de +/- 4km peu accidenté et accessible à tous, les participants retrouveront différents stands de dégustation de produits locaux. À l'arrivée, un petit marché de terroir, un bar et de la petite restauration seront de la partie.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement de l'activité touristique
Soutien aux producteurs locaux

Public concerné

Les professionnels du tourisme
Les producteurs locaux
Les commerces

Porteur du projet

Maisons du Tourisme de Bastogne et Saint-Hubert

Rôle de l'ADL

Coordination des partenaires actifs dans le secteur du tourisme afin que les projets des MT soient de beaux succès sur le territoire d'action de l'ADL.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

MT : organisation
SI : organisation pratique sur le territoire et soutien technique

Grandes étapes de réalisation prévues

Selon les projets
INDICATEURS :
Nombre de projets concrétisés/promotionnés
Nombre de participants par projets

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

7

Développement de l'application "Runnin'city" sur le territoire

2

Description du projet

Ce sera une première en Province de Luxembourg ! Les amoureux du « running » pourront profiter de 2 parcours situés à Sainte-Ode et Bertogne. Ceux-ci leur offriront les plus belles anecdotes et informations du territoire sur lequel ils se trouvent. Il suffira aux joggeurs de télécharger l'application « Runnin'City », de trouver les parcours, de mettre leurs écouteurs et l'application s'occupera du reste ! Une manière originale de découvrir la région, tout en gardant la forme tout au long de l'année ! Les projet doit contribuer à augmenter l'attractivité du territoire en ciblant un public très précis, les joggeurs et les marcheurs. Il s'agira d'une offre supplémentaire sur le territoire pour les touristes.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement de l'attractivité du territoire
Soutien au secteur touristique

Public concerné

Touristes
Professionnels du tourisme

Porteur du projet

MT Bastogne

Rôle de l'ADL

Coordination pour la mise en place sur le territoire de Sainte-Ode et Bertogne
Promotion de l'outil

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : définir les circuits et rédiger les textes
MT : Contacts avec les responsables de l'application - financement
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'utilisateurs de l'application

Grandes étapes de réalisation prévues

Mise en place souhaitée dès 2020.

Coûts estimé et mode de financement

+ -2500 € par commune
Prise en charge financière par la MT Bastogne

8

Participation à la réalisation d'une carte touristique du territoire de la Grande Forêt de Saint-Hubert

2

Description du projet

Terre de cerfs, forêts et légendes, destination incontournable pour un séjour nature et découverte, la Grande Forêt de Saint-Hubert s'étend sur 100.000 ha dont plus de la moitié est recouvert de forêts ! On y retrouve 8 communes : Wellin, Tellin, Libin, Libramont-Chevigny, Saint-Hubert, Tenneville, Nassogne et Sainte-Ode.

L'objectif de l'ASBL est de vendre la forêt comme destination touristique et ainsi toucher un public cible porteur pour le développement touristique du territoire. L'ADL est partenaire des projets pour lesquels un développement économique est envisagé.

La réalisation d'une carte touristique du territoire est un réel atout pour les communes de Tenneville et Sainte-Ode car cela permet d'envisager d'attirer sur notre territoire des touristes en séjour dans des communes plus éloignées.

De plus, la commune de Sainte-Ode dispose du seul parc de marche nordique de la province de Luxembourg et Tenneville souhaite devenir la capitale des bains de forêt. Ce sont 2 atouts indéniables pour un territoire qui souhaite valoriser la forêt comme destination touristique.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement de l'activité touristique
Augmentation de la fréquentation des établissements Horeca
Soutien et développement de l'emploi saisonnier

Public concerné

Les professionnels du tourisme

Porteur du projet

Grande Forêt de Saint-Hubert

Rôle de l'ADL

Promotion de Sainte-Ode et Tenneville
Coordination et sélection des informations avec les SI des 2 communes

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : distribution de la carte sur le territoire
MT : promotion de l'outil

Grandes étapes de réalisation prévues

Réalisation de la carte prévue pour 2020

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre de cartes distribuées

Nombre de lieux de dépôt des cartes

Coûts estimé et mode de financement

Les coûts sont pris en charge par l'ASBL "Grande Forêt de Saint-Hubert"

9

Accompagner la commune de Tenneville dans sa volonté de devenir "Capitale des bains de Forêt"

2

Description du projet

Convaincu par les bienfaits du Bain de forêt, le Syndicat d'Initiative Champlon-Tenneville a décidé de proposer les premiers parcours en Belgique, en Wallonie, dédiés à cette pratique. Un projet qu'il va mener avec différents partenaires et le soutien de la Commune.

" Tenneville est par essence un écrin de nature idéal pour se ressourcer. Une localité qui, en plus d'être recouverte sur plus de la moitié de son territoire par des forêts, offre un patrimoine naturel riche et diversifié comptant plus de 35 sites de grand intérêt biologique, le charme des réserves naturelles, la beauté mystérieuse de la grande forêt de Freyr, l'attrait des aires de vision, le calme de hameaux juchés sur les crêtes ou nichés dans les vals de l'Ourthe occidentale. "

Prendre un bain de forêt, c'est vivre une expérience sensorielle globale, se reconnecter à la nature par l'intermédiaire de nos sens.

C'est profiter au mieux des bienfaits procurés par les arbres dans le but d'améliorer notre santé, notre état de sérénité ou encore notre capacité à lâcher prise.

C'est se rendre en forêt « pour changer d'air », pour se déconnecter du quotidien et des technologies, pour répondre à notre besoin inné de nature.

Prendre un bain de forêt, c'est par exemple pratiquer une marche en pleine présence, se balader en silence, s'asseoir pour simplement profiter de l'instant, porter son attention sur les sens, l'un après l'autre ; observer le paysage, ressentir au toucher l'écorce de l'arbre, être attentif à l'odeur du sous-bois... "

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement touristique du territoire avec des retombées pour les professionnels du tourisme

Public concerné

Les professionnels du tourisme

Porteur du projet

S.I. Champlon-Tenneville

Rôle de l'ADL

Accompagnement afin de sensibiliser les commerçants, les entreprises, les hébergements touristiques, etc. à la démarche.
Partenariat dans l'organisation d'un événement de lancement du projet.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : coordination du projet, relais local du projet
MT : promotion du projet

Grandes étapes de réalisation prévues

Fin 2019 : repérage des différents parcours
Début de la démarche : 2020
Été 2020 : inauguration du parcours équipé et sortie du topo-guide "bain de forêt"
Courant 2020 : bain de forêt accompagné.

INDICATEURS :

Nombre d'actions menées
Nombre de publications
État d'avancement
Nombre de participants aux activités

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

3.4.1.2.2. Objectifs et actions à moyen terme (6 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	professionnaliser l'offre touristique du territoire par la concrétisation de 3 projets d'ici 2024 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSCT1 - OSCT1 - ASCT1
2	Assurer la promotion touristique du territoire par 4 nouvelles actions d'ici 2024 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSCT - OSCT1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Accompagner les hébergements touristiques dans la mise en place d'un outil de réservation en ligne sur leur site internet	1

Description du projet

Toutes les études démontrent qu'il est désormais essentiel pour les hébergements touristiques de disposer de leur propre outil de réservation en ligne. La place occupée par les OTA (booking, airbnb, homeaway, tripadvisor, etc.) sur le marché est telle que les propriétaires d'hébergements laissent des commissions importantes à ces partenaires incontournables... mais gourmands ! Les propriétaires perdent, en plus, l'autonomie de gestion de leurs hébergements et dépendent de la visibilité que veulent bien leur laisser les centrales de réservation. De plus, le touriste en quête d'un hébergement est de plus en plus impatient. Il souhaite en effet pouvoir réserver tout de suite son hébergement et ce, de manière sécurisée. L'époque des emails et des formulaires en ligne est désormais dépassée dans le secteur du tourisme. Il est donc essentiel pour les hébergements de mettre en place un outil de réservation directement sur leur propre site internet. L'ADL va donc analyser l'offre en matière d'outils de réservation, réaliser une analyse de la situation des hébergements du territoire, les informer des solutions adaptées et selon les choix opérés, réaliser un marché global afin de négocier le meilleur prix pour les établissements intéressés par l'outil

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Booster les réservations des hébergements touristiques et rendre une plus grande autonomie de gestion aux propriétaires.

Public concerné

Les propriétaires d'hébergements touristiques

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

coordination générale

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : relais vers les hébergements
MT et SI : analyse de la situation existante

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : début de la réflexion
2021 : rencontres avec les propriétaires d'hébergements et analyse de la situation existante
2022 : recherche de prestataires
2023 : attribution du marché et mise en place du service
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombres d'hébergements contactés
Nombre d'hébergements accompagnés
Nombre d'hébergements entrés dans la démarche
Nombre annuel de réservations en ligne effectuées

Coûts estimé et mode de financement

Les coûts seront partagés entre les bénéficiaires du dispositif

2	Engagement ou détachement d'employés affectés au développement touristique du territoire	1
---	--	---

Description du projet

Afin d'accélérer le développement de projets touristiques des communes de Sainte-Ode et Bertogne et de professionnaliser le travail actuellement réalisé par les seuls bénévoles des syndicats d'initiative, il semble intéressant d'envisager le détachement de membres du personnel de la Maison du Tourisme du Pays de Bastogne.
La commune de Tenneville a réalisé cette même démarche en 2019 avec la Maison du Tourisme du Pays de Saint-Hubert. Une employée est désormais détachée à temps partiel à la commune de Tenneville afin de développer des projets touristiques sur le territoire.
Cette solution semble un bon tremplin avant d'envisager le recrutement de personnel pour le S.I.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

C'est une réelle plus-value pour le tourisme local qui est une composante importante de l'activité économique régionale.

Public concerné

Les professionnels du tourisme
Les SI

Porteur du projet

SI
ADL

Rôle de l'ADL

Amener la discussion entre la Maison du Tourisme et les syndicats d'initiative.
Sensibiliser les mandataires.
Réfléchir à la convention à mettre en place entre les partenaires

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Communes : manifester clairement de l'intérêt auprès de la Maison du Tourisme
SI : réfléchir aux projets à mener et au travail à confier à l'agent
MT : évaluer la plus-value pour la MT

Grandes étapes de réalisation prévues

2020-2021 : initier la réflexion
Concrétiser le projet pour 2025
INDICATEURS :
État d'avancement
Nombre de communes bénéficiaires
Temps de travail affecté par employé

Coûts estimé et mode de financement

S'il y a un coup négocié entre le partenaires, il ne sera en aucun cas assumé par l'ADL.

3 Aménagement du bureau d'accueil du SI Sainte-Ode

1

Description du projet

Les partenaires de l'ADL ont clairement identifié un besoin pour le développement des activités touristiques de la commune de Sainte-Ode : la nécessité de rénover la place Sainte-Mère-Eglise et de la doter d'un espace couvert afin d'accueillir le marché de terroir dans de meilleures conditions et permettre le développement de nouvelles activités sur cet espace central de la commune de Sainte-Ode.

La CLDR a décidé de faire de l'aménagement de la place communale une priorité.

Un hall couvert est prévu. Les travaux devraient débuter en 2021.

Les bureaux du syndicat d'initiative se trouvent sur cette même place. Actuellement, ils ne sont pratiquement pas ouverts aux touristes, si ce n'est lors de manifestations. L'idée est de rendre ces locaux accueillants par divers aménagements afin de permettre un accueil des touristes plus professionnel et régulier. Ces locaux pourraient également accueillir l'employé détaché de la Maison du Tourisme ou du personnel engagé par le syndicat d'initiative.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

L'aménagement de la place et des locaux peut contribuer à développer de l'activité économique. Le type d'activité et de manifestations restent à définir.

Public concerné

Les professionnels du tourisme
Les producteurs et artisans du marché de terroir

Porteur du projet

Commune de Sainte-Ode
SI

Rôle de l'ADL

Veiller à des aménagements correspondant aux besoins du marché de terroir et des producteurs et artisans.

Animer la place et rechercher des activités de développement économique

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Commune : suivi du dossier, du chantier, etc.
SI : projet d'aménagement des locaux

Grandes étapes de réalisation prévues

2021 : travaux de la place
2022-2023 : inauguration de la place
2022-2024 : aménagement des locaux du SI
2024 : développement d'activités sur la place

INDICATEURS :

Fait/pas fait

État d'avancement

Nombre de visiteurs reçus

Nombre de participants aux marchés

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL
Travaux de la place financés à 60% par la Région wallonne et 40% par la commune

4 Tourisme durable : Valoriser une offre alimentaire locale et de qualité au sein des hébergements touristiques

2

Description du projet

La demande des touristes pour des produits alimentaires locaux semble bien exister et est concomitante avec l'idée que les touristes se font de la durabilité. Une étude réalisée il y a quelques années auprès des touristes qui se rendent en France a mis en évidence le fait que l'alimentation est l'un des trois grands axes sur lesquels la demande en matière de durabilité se manifeste chez les touristes. Ainsi, les produits locaux et de saison font partie des 3 produits les plus « responsables » que les touristes allemands, britanniques et français qui se rendent en France se déclarent « intéressés » ou « très intéressés » d'acheter (avant les hébergements respectueux de l'environnement et les modes de transport doux).

En Wallonie, les touristes manifestent un certain intérêt par rapport à la découverte de produits alimentaires locaux. Ainsi, récemment, 10% des activités pratiquées par les Français et près de 14% de celles des Néerlandais dans notre région concernaient la découverte de ses produits du terroir et de sa gastronomie.

Certes, certains hébergements touristiques répondent à cette demande en offrant des produits locaux de qualité et produits de façon durable. Ainsi, par exemple dans le réseau des labellisés Clé Verte (ou Green Key), des gîtes ou des hôtels en Wallonie et à Bruxelles proposent à leurs clients ce type de produits.

Aucun hébergement de notre territoire n'est engagé dans cette démarche. Il nous semble dès lors important de :

- sensibiliser les propriétaires à cette thématique
- informer les propriétaires sur ce qui existe sur le territoire en la matière
- accompagner les propriétaires souhaitant s'investir
- Inciter les restaurants, chambres d'hôte et hôtels à proposer des produits locaux
- sensibiliser les producteurs locaux à l'importance d'aménager leurs espaces de travail afin de pouvoir accueillir les touristes, faire des visites, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Développement de l'activité touristique du territoire
Augmentation des ventes pour les producteurs locaux

Public concerné

Les professionnels du tourisme
Les producteurs locaux

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Informer les partenaires
Sensibiliser les partenaires
Accompagner les porteurs de projets

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

A définir selon les actions concrètes qui seront menées

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche en 2022 - ensuite, travail de veille permanent
INDICATEURS :
Nombre de produits locaux proposés dans les hébergements
Nombre d'hébergements contactés
Nombre d'hébergements inscrits dans la démarche
Augmentation du nombre de partenaires

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

5 Développement de l'initiative "Tenneville accessible"

2

Description du projet

Dans de nombreuses villes et communes, de nombreux obstacles entravent encore la mobilité des personnes présentant un handicap ou des difficultés, rendant difficile leur pleine participation à la vie politique, économique, sociale ou culturelle.

Des mesures concrètes peuvent être entreprises par les autorités communales pour rendre une commune accueillante et accessible à toutes et tous.

La commune de Tenneville, via son syndicat d'initiative, souhaite s'engager dans cette démarche en adaptant plusieurs parcours pour qu'ils soient accessibles au PMR mais aussi aux "autist-friendly".

L'ADL pourra dès lors soutenir la démarche auprès des commerçants et des hébergements touristiques et les sensibiliser à la thématique de l'accueil des personnes handicapées afin que tous les partenaires actifs sur le territoire de la commune s'engagent dans la dynamique.

Une brochure sera éditée.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Il s'agit avant tout d'améliorer l'image des acteurs économiques locaux.

Public concerné

L'ensemble des partenaires

Les personnes porteuses d'un handicap physique ou mental.

Porteur du projet

Syndicat d'initiative

Administration communale

Rôle de l'ADL

Relais vers les commerçants et les acteurs touristiques via des réunions d'information.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

SI : coordination du projet

Administration communale : aide logistique

Grandes étapes de réalisation prévues

Printemps 2020 : réunion d'information pour les commerçants

2021-2022 : adaptation des parcours

2022-2023 : édition de la brochure

INDICATEURS :

État d'avancement

Nombre de partenaires de l'ADL contactés

Nombre de partenaires inscrits dans la démarche

Nombre de participants à la séance d'information

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

6 Promotion du territoire par la présence à des foires et salons, publications diverses, etc.

2

Description du projet

Selon les opportunités qui se présentent, représenter la composante touristique du territoire lors d'événements, foires et salons. L'ADL est en effet la seule structure qui peut représenter entièrement le territoire au niveau touristique. Les événements pertinents pour l'ADL sont nombreux : fêtes du PNDO, bourse d'échange touristique de la Fédération Touristique du Luxembourg Belge, MESA, foire agricole de Libramont, etc.

En étroite collaboration avec les autres partenaires touristiques du territoire, veiller à une représentation du territoire, que ce soit de manière directe ou indirecte.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au secteur touristique

Public concerné

Les professionnels du tourisme

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Travail de veille
Collaborations avec les SI et les MT afin de veiller à ce que le territoire soit représenté lors d'événements majeurs.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

MT et SI : informer de leurs présences à des événements - collaborations

Grandes étapes de réalisation prévues

Selon les opportunités
INDICATEURS :
État d'avancement
Nombre d'actions menées
Nombre de contacts pertinents pour le territoire

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

3.4.1.2.3. Objectifs et actions à long terme (10 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Pour 2030, Développer l'attractivité touristique du territoire par la concrétisation de 2 projets d'envergure Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSCT1 - OSCT1
2	Dans les 10 ans, professionnaliser les infrastructures d'accueil par la concrétisation d'un projet et la création d'un emploi Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSCT1 - OSCT1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Inciter les opérateurs touristiques à mettre sur pied une attraction touristique phare sur le territoire INDICATEURS: Fait/pas fait État d'avancement Nombre d'entrées	1

2	Rechercher des investisseurs (en cas de vente des parcelles) pour exploiter la zone de loisirs inoccupée présente sur le territoire de la commune de Sainte-Ode INDICATEURS : État d'avancement Nombre de contacts	1
3	Inciter les syndicats d'initiative à engager du personnel et/ ou assurer un accueil professionnel des touristes Fait/pas fait Nombre de personnes engagées	2

3.4.1.3. Priorité 3

3 **Accompagner la transition numérique des acteurs économiques locaux**

3.4.1.3.1. Objectifs et actions à court terme (3 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Accompagner les partenaires de l'ADL dans leur travail de transition numérique par la concrétisation de 2 nouvelles actions d'ici 2022 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSE1 - MSCT1
2	Dans les 2 ans, professionnaliser l'offre en matière de sites internet des acteurs économiques locaux par la mise en place de 2 projets Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSE1 - MSCT1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Organisation de séances d'informations "Augmentez votre visibilité locale avec Google My Business" et accompagnement des partenaires pour la création de leur page	1

Description du projet

Google My Business est un outil gratuit et très puissant développé par Google. Il est très utile à tous les commerçants et entrepreneurs qui possèdent une entreprise physique : un commerce, un atelier, des bureaux, bref tout lieu où l'on peut accueillir des clients.

En utilisant Google My Business, les indépendants augmentent leur visibilité sur le web et les potentiels clients les trouvent facilement sur Google Maps, par exemple. Les entreprises présentes apparaissent également en haut des résultats de recherche de Google. Et le petit plus, c'est de pouvoir améliorer sa visibilité sans devoir travailler uniquement sur le référencement de son site web !

Au terme de la formation « Augmentez votre visibilité locale avec Google My Business », les partenaires seront en mesure de :

- Comprendre comment fonctionne Google My Business
- Créer une fiche Google My Business
- Rendre la présentation originale et attractive
- Gérer la fiche Google My Business au quotidien

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Améliorer la présence web des acteurs économiques locaux afin d'augmenter leur chiffre d'affaire.

Public concerné

Tous les indépendants du territoire

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale
Invitation aux indépendants
Recherche d'un prestataire pour la formation
Promotion de la soirée d'info

Suivi et accompagnement des participants

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Prestataire privé : dispenser la formation

Grandes étapes de réalisation prévues

Organisation d'une première séance en 2020

Voir la pertinence de renouveler l'initiative (selon les besoins)

INDICATEURS :

Nombre de séances organisées

Nombre de participants aux séances d'infos

Nombre de partenaires accompagnés

Augmentation du nombre de partenaires présents sur google business

Coûts estimé et mode de financement

A déterminer (+- 200€ pour le prestataire privé - pris en charge par l'ADL).

2

Organisation de formations sur la création de sites internet pour les acteurs économiques du territoire

2

Description du projet

De trop nombreux indépendants du territoire ne disposent pas encore de site internet et se retrouvent donc complètement effacés sur le web.

Les agents ADL ont suivi des formations afin de créer des sites via la plateforme Jimdo. Jimdo utilise l'intelligence artificielle pour concevoir des sites entièrement personnalisés. Il devient aisé de créer un superbe site moderne avec toutes les fonctions nécessaires à n'importe quel type d'activité. Zéro programmation pour zéro complication.

Jimdo est un partenaire de google, cela signifie que le référencement naturel est excellent. L'ADL souhaite donc accompagner les indépendants qui ne disposent pas encore de site internet afin qu'ils puissent rapidement et simplement disposer d'un site fonctionnel et adapté à leur activité.

Des séances de formation en petits groupes seront organisées par l'ADL.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Améliorer la présence web des acteurs économiques locaux et ainsi espérer augmenter leur chiffre d'affaire.

Public concerné

Les indépendants du territoire

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale

Invitation aux indépendants

Les agents ADL seront en mesure de donner ces formations

Promotion des formations

Suivi et accompagnement des participants

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Projet géré globalement par l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

2021 : débiter les formations et l'accompagnement

INDICATEURS :

Nombre de séances organisées

Nombre de participants aux séances d'infos

Nombre de partenaires accompagnés

Augmentation du nombre de sites internet des partenaires

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

3

Mise en place d'un concours pour les partenaires et offrir la réalisation d'un site internet personnalisé

2

Description du projet

Organisation d'un concours afin de permettre à un indépendant du territoire de remporter la conception d'un site internet.
L'objectif de ce concours est d'annoncer la mise en place de formations à la réalisation de sites internet. Les inscrits au concours sont des partenaires potentiellement très intéressants pour les formations qui seront données suite au concours.
Le concours permettra également de présenter un site réalisé par un indépendant grâce à l'accompagnement de l'ADL. Cela permettra aussi de faire témoigner l'indépendant sur ses compétences acquises et la manière dont il gère son site.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Améliorer la présence web des acteurs économiques locaux, assurer la promotion des formations organisées par l'ADL et qui ont pour objectif final d'aider les partenaires à augmenter leur chiffre d'affaire.

Public concerné

Les indépendants du territoire

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale
Invitation aux partenaires
Les agents ADL seront en mesure de réaliser le site avec le lauréat
Promotion du concours
Suivi et accompagnement du lauréat

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Projet géré globalement par l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : réaliser un inventaire des partenaires qui ne disposent pas de site internet
2020 : organisation du concours
2021 : présentation du site réalisé aux inscrits à la formation en groupe et témoignage du lauréat
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'inscrits au concours
Retombées pour le lauréat

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

4

Organisation de séances d'infos sur l'insertion du "chat messenger" sur les sites internet

1

Description du projet

En 2017, Facebook a développé une solution de messagerie à intégrer à n'importe quel site Internet. Ce « Customer chat » permet de commencer une discussion sur un site web, et de la continuer sur Messenger, en bénéficiant de tout son historique. Il est possible d'installer la fonctionnalité assez simplement.
La principe de ce « Customer Chat » Facebook est d'installer Messenger sur les sites web. Les visiteurs doivent simplement cliquer sur la pastille Messenger pour commencer une conversation. Cette conversation à l'avantage d'être la même sur n'importe quel support, et l'historique est toujours présent. Si le début de la conversation commence sur le site, elle peut se continuer sur Messenger. Le CRM devient alors centralisé, et le support client se fait facilement pour des business de taille réduite.

Cette fonctionnalité, gratuite et assez simple à installer, doit permettre aux indépendants du territoire de développer leur présence web et d'améliorer leur réactivité. Un client peut immédiatement entrer en contact avec eux sans devoir remplir un formulaire ne ligne, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Améliorer la présence web des acteurs économiques locaux et ainsi espérer augmenter leur chiffre d'affaire.

Public concerné

Les indépendants du territoire

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale
Invitation aux indépendants
Les agents ADL seront en mesure de donner cette formation
Promotion de la soirée d'info
Suivi et accompagnement des participants

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Projet géré globalement par l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

2021 : 1ère séance de formation
Voir la pertinence de renouveler l'initiative (selon les besoins)
INDICATEURS :
Nombre de séances organisées
Nombre de participants aux séances d'infos
Nombre de partenaires accompagnés
Augmentation du nombre de sites proposant le chat messenger

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

3.4.1.3.2. Objectifs et actions à moyen terme (6 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Professionnaliser les outils de gestion et de communication de l'ADL par la concrétisation de 2 projets d'ici 2024 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) MSE1 - FSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Évolution numérique de l'ADL par une plus grande présence sur les réseaux sociaux et par la diversification des outils de communication	1

Description du projet

Suite à la formation organisée le 4 juin 2019 par l'UVCW à Gembloux, l'ADL a pris conscience que sa seule présence sur Facebook était insuffisante. L'objectif de l'ADL est donc d'améliorer sa présence web par la création de pages supplémentaires :

- google mybusiness
- instagram
- linkedin
- modernisation de la newsletter

L'ADL se doit d'être un exemple en la matière étant donné qu'elle souhaite accompagner les indépendants du territoire dans cette dynamique. La formation a également permis à l'ADL de disposer d'outils afin de mieux communiquer via les réseaux sociaux. Il faut donc également améliorer la communication via Facebook et via la newsletter.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Visibilité de l'ADL

Public concerné

Tous les partenaires de l'ADL

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Développement des outils
Promotion des outils/pages

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Projet coordonné en interne par l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : création d'une page Instagram
 Pour 2023 : avoir développé tous les nouveaux outils
 INDICATEURS :
 Fait/pas fait
 Nombre d'outils développés/pages créées
 Nombre de "like", de contacts, etc.
 Nombre d'abonnés à la newsletter
 Nombre de publications

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour les réseaux sociaux

A déterminer pour la newsletter (le coût éventuel serait pris en charge par l'ADL)

2	Développer un programme de gestion du dispositif des chèques commerces en collaboration avec d'autres ADL
---	---

1

Description du projet

En collaboration avec d'autres ADL du Luxembourg (Bastogne, Neufchâteau, etc.), réfléchir à la possibilité de développer un programme de gestion du dispositif des chèques commerces afin de simplifier les tâches et alléger la charge de travail. L'ADL souhaite que les commerçants continuent à déposer les chèques auprès des agents ADL afin d'avoir régulièrement un contact avec eux et ainsi être au plus proche de leurs besoins. Mais l'objectif de l'ADL est de simplifier les tâches administratives liées à la réception des chèques afin d'alléger la charge de travail. C'est une manière de déléguer une partie du projet des chèques commerces par une solution en interne. D'autres ADL sont particulièrement intéressées par cette démarche. L'objectif est de se réunir dès 2020 afin d'analyser les possibilités, les coûts, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Dégager davantage de temps pour l'ADL afin de concrétiser de nouveaux projets pour l'économie locale

Public concerné

L'ADL

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Réflexion globale
Analyse des systèmes adaptés
Choix d'un prestataire
Gestion de l'outil

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Prestataire privé : proposer un outil adapté

Grandes étapes de réalisation prévues

2020 : début de la réflexion
2024 : mise en place de l'outil
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Évaluation du gain de temps grâce au programme

Coûts estimé et mode de financement

A déterminer avec les prestataires
Le coût sera réparti entre les ADL partenaires

3.4.1.3.3. Objectifs et actions à long terme (10 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Améliorer la situation numérique globale du territoire d'ici 2030 par une plus grande professionnalisation/présence web de 20% des partenaires de l'ADL
	Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1)
	MSE1 - FSE1 - MSCT1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Accompagner les communes dans leur souhait d'améliorer la couverture réseau/internet du territoire INDICATEURS : État d'avancement Amélioration de la couverture réseau du territoire Nombre de partenaires de l'ADL bénéficiant d'une amélioration de la situation	1
2	Développement du concept "Smart Village" INDICATEURS : État d'avancement Nombre de réunions organisées Nombre de partenaires intéressés/adhérents	1
3	Analyser la présence web des partenaires et réaliser un bilan personnalisé par secteur d'activité INDICATEURS : Fait/pas fait Nombre de bilans réalisés Nombre de partenaires présents sur le web Augmentation du nombre de partenaires présents sur le web	1

3.4.1.4. Priorité 4

4 Dynamiser le tissu entrepreneurial et booster l'emploi

3.4.1.4.1. Objectifs et actions à court terme (3 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Améliorer le dispositif d'accueil et d'accompagnement des entreprises du territoire par la mise en place de 4 projets novateurs d'ici 2022 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) ASE1 - OSE1
2	Booster la visibilité de l'offre d'emploi du territoire par la pérennisation de 3 actions permanentes/annuelles Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSS1
3	Dynamiser le réseautage et la visibilité des entreprises au travers de 4 projets innovants concrétisés pour 2023 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSE1 - MSE1 - FSE1
4	D'ici 2022, poursuivre et intensifier les collaborations avec les partenaires professionnels de l'ADL afin de perfectionner l'accompagnement des porteurs de projets et des indépendants au travers de 3 projets concrets Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSS1 - FSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Organisation d'un week-end portes ouvertes entreprises	3

Description du projet

Organisation d'un week-end durant lequel les entreprises (et indépendants) du territoire ouvrent leurs portes aux visiteurs. Cet évènement permettra de mettre en évidence et de valoriser les entreprises du territoire et leur dynamisme. L'objectif de ce week-end est de faire sortir l'entrepreneur de la timidité dans laquelle il est encore trop souvent et de lui permettre de recruter, renforcer son image de marque, mettre en avant son savoir-faire, booster ses ventes ou encore susciter des vocations chez les plus jeunes. Ce coup de projecteur permettra la réalisation d'une carte du territoire reprenant l'ensemble des entreprises et indépendants. Les entreprises seront invitées à profiter de ce week-end pour proposer des offres aux clients.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Booster la visibilité et les ventes entreprises du territoire.
Attirer de nouveaux clients

Public concerné

Les entreprises et indépendants

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale
Contacts entreprises
Réalisation du support
Promotion

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Entreprises : accueil des visiteurs et organisation de l'événement au sein de leur entreprise

Grandes étapes de réalisation prévues

Organisation de l'événement une première fois en 2022.
L'événement pourrait être organisé tous les 2 ans.

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre d'entreprises contactées

Nombre de participants

Nombre de visiteurs

Coûts estimé et mode de financement

Réalisation de la carte et des supports promotionnels + impression et distribution : 3000€

Des subsides seront sollicités

Financement complémentaire pris en charge par l'ADL

2

Primes à l'installation

1

Description du projet

Afin de faire face à l'attractivité des territoires voisins, il est envisagé de mettre en place une prime d'encouragement à l'ouverture de nouveaux commerces sur le territoire de l'ADL. On constate que la présence de telles primes a eu un effet bénéfique dans certaines communes. La prime permet de soutenir et d'inciter à l'auto-crédation d'entreprise mais cela peut également permettre de cibler des types de commerces absents sur le territoire en ajoutant une surprime.

L'ADL va consulter les Collèges communaux et proposer un système identique pour l'ensemble du territoire. Un règlement reprenant les droits et devoirs de chacun sera rédigé et présenté aux Conseils communaux.

La prime pourrait être octroyée en totalité ou en partie sous la forme de chèques commerces, afin d'intégrer directement le nouveau commerce dans le tissu économique local et l'inciter à découvrir l'offre commerciale présente sur le territoire. Selon les souhaits des Collèges, la prime pourrait être étendue à l'installation de nouvelles entreprises. En effet, les communes disposent de jeunes Zones d'Activité Économique et il faut désormais trouver des moyens afin d'attirer des investisseurs.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Attirer des porteurs de projets sur le territoire et inciter à l'ouverture de nouveaux commerces

Création d'emplois

Public concerné

Les porteurs de projets

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale

Contacts avec les Collèges

Rédaction du règlement

Mise en application de la prime à l'installation

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Administrations communales : prévoir les budgets nécessaires

Grandes étapes de réalisation prévues

Nous souhaitons que cette action soit l'une des premières mise en place par l'ADL dans le cadre du nouvel agrément de fonctionnement

Janvier 2020 : rencontres avec les Collèges
février/mars 2020 : rédaction d'un règlement commun
Avril/mai 2020 : accords des Collèges
Juin 2020 : accords des Conseils communaux
Septembre 2020 : mise en application du règlement

INDICATEURS :

Fait/pas fait
Nombre de demandes
Nombre de primes octroyées

Coûts estimé et mode de financement

Le montant de la prime sera pris en charge par les communes

3	Mise en place d'un club d'entreprises	1
---	---------------------------------------	---

Description du projet

La ZAE du Gris Han à Tenneville a été inaugurée au printemps 2012 et compte actuellement 3 entreprises. Les travaux de la ZAE de la Barrière Hinck ont été finalisés en 2018.

En dehors de ces 2 ZAE, un bon nombre de TPE et indépendants sont également actifs sur le territoire.

Il nous semble dès lors opportun que l'ADL contribue à la mise en place d'un club d'entreprises. L'objectif d'un tel club est de dynamiser les entreprises locales autour de projets communs, à définir par le club lui-même.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Animer le tissu économique local et développer les synergies entre entreprises

Public concerné

Les entreprises

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination
Contacts avec les entreprises.
Organisation des premières rencontres.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Idelux : contacts avec les entreprises des ZAE.

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche au second semestre 2020.
Organisation d'une première rencontre en 2021.

INDICATEURS :

Fait/pas fait
État d'avancement
Nombre d'adhérents
Nombre de rencontres
Nombre d'actions envisagées/menées

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

4	Organisation annuelle de l'action job étudiant	2
---	--	---

Description du projet

Organisation annuelle d'un salon destiné au travail étudiant. L'événement est organisé en collaboration avec l'ADL de Bastogne, Infor-jeunes et l'AMO.

L'objectif est de faciliter la rencontre entre l'offre en matière de travail étudiant et les jeunes de la région. Les offres d'emploi sont collectées et affichées lors de cette journée. Des informations relatives à la législation en matière de travail étudiant sont fournies. Des ateliers de rédaction de CV et lettres de motivation sont organisés. Les agences Interim locales sont présentes. Certains employeurs sont également présents.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Permettre aux commerces et entreprises à la recherche d'étudiants de trouver des jeunes de la région.

Public concerné

Les entreprises et commerces locaux
Les étudiants

Porteur du projet

Infor-jeunes

Rôle de l'ADL

Contacts entreprises et commerces pour collecter les offres.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Infor-jeunes : coordination générale, contacts avec les jeunes, promotion, ateliers et infos juridiques.

Grandes étapes de réalisation prévues

Salon organisé chaque année au printemps.
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'entreprises contactées
Nombre d'offres collectées
Nombre de participants
Satisfaction globale (enquête de satisfaction)

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

5

Participation au "Rendez-vous de l'emploi"

2

Description du projet

Les "rendez-vous de l'emploi" sont organisés chaque année par la Province de Luxembourg. Les entreprises et commerces de la Province y sont invités. Les demandeurs d'emploi des sont personnellement invités par la FOREM à participer à l'événement. Les opérateurs sociaux et de formation de la région ainsi que les agences interim sont également présents. Différentes formations sont organisées. L'ADL est présente au rendez-vous de l'emploi afin de représenter les entreprises locales qui recrutent. Nous affichons les offres et jouons le rôle d'intermédiaire entre les entreprises et les demandeurs d'emploi. Nous transmettons ensuite les CV récoltés aux entreprises qui analysent les candidatures.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Permettre aux entreprises locales d'entrer directement en contact avec les demandeurs d'emploi de la région.
Permettre aux demandeurs d'emploi de disposer d'un large panel d'offres d'emploi dans la région, de formations, etc.
Mise en réseau du tissu économique local.

Public concerné

Les entreprises locales.
Les demandeurs d'emploi.

Porteur du projet

Province de Luxembourg

Forem

Rôle de l'ADL

Contacteur les entreprises afin de les inviter à être présentes au salon. En cas d'empêchement, réunir leurs offres d'emploi afin de les afficher. Mettre en place des urnes permettant aux demandeurs d'emploi de répondre directement à une offre par le dépôt d'un CV et d'une lettre de motivation, l'ADL se chargeant ensuite de transmettre les CV aux entreprises.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Province de Luxembourg : Coordination générale.

Forem : contacts demandeurs d'emploi et opérateurs d'insertion et de formation.

Grandes étapes de réalisation prévues

Événement organisé chaque année au printemps.

Début d'année : prise de contact avec les entreprises

Durant les mois qui précèdent : participation aux réunions préparatoires.

Présence de l'ADL le jour de l'événement afin d'être directement au contact des entreprises présentes, de les accueillir, etc.

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre d'entreprises contactées

Nombre d'offres collectées

Nombre de participants

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

6

Collaborer au développement des Zones d'Activité économique du territoire

1

Description du projet

Les travaux d'aménagement de la ZAE du Gris Han à Tenneville sont terminés depuis 2012. La construction d'un hall relais pour l'accueil de jeunes entrepreneurs désireux de lancer leur entreprise a été terminée peu après. Le hall relais de la zone est totalement occupé

depuis mai 2014 par un laboratoire d'analyses médicales qui emploie plus de 20 personnes

de la région.

Depuis, 2 autres entreprises se sont installées.

Les communes de Sainte-Ode et Bertogne souhaitaient depuis de nombreuses années pouvoir faire reconnaître la ZAE de la Barrière Hinck, zone située sur la commune de Sainte-Ode et à la frontière des communes de Tenneville et Bertogne.

Le projet a désormais été phasé par Idelux : mise en oeuvre d'une petite zone permettant

d'accueillir quelques entreprises et pour laquelle aucun souci de propriété n'est à relever. L'enquête publique à ce sujet a été réalisée en 2014 et les travaux

ont eu lieu en 2017. La zone est disponible depuis 2018. La mise en oeuvre du reste de la zone est dès lors postposée dans l'attente d'un accord avec le propriétaire.

L'ancienne partie de la zone actuelle évolue car les bâtiments existants sont désormais tous occupés. Une société luxembourgeoise de pose de châssis occupe un bâtiment depuis plusieurs années. Un autre bâtiment de la zone a été acheté en 2014 par une entreprise qui occupait l'atelier rural de Bertogne depuis plusieurs années et qui avait besoin de s'étendre.

Un entrepreneur local qui avait acheté un terrain de la zone il y a plusieurs années a fait construire un bâtiment et y a installé son entreprise de maintenance, soudure, etc.

Plusieurs emplois ont été créés au niveau local grâce à ces entrepreneurs. Enfin, le dernier espace de la zone est occupé par le centre de contrôle technique.

La promotion de la zone va débiter en 2019. On espère accueillir les premiers investisseurs avant 2021.

L'objectif de l'ADL est de rebondir sur l'occupation des zones pour développer de nouveaux projets : créer un club d'entreprises, organiser des journées portes ouvertes entreprises, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

L'accueil d'entreprises va de pair avec la création de nouveaux emplois,

Public concerné

Les entreprises locales et les investisseurs venus de l'extérieur.

Porteur du projet

IDELUX

Rôle de l'ADL

Promotion de la zone
Recherche d'investisseurs
Accueil des porteurs de projets et accompagnement

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

IDELUX : vente des parcelles , promotion de la zone, recherche d'investisseurs

Grandes étapes de réalisation prévues

Permanent
INDICATEURS :
Nombre d'entreprises installées
Nombre d'actions de promotion
Nombre de contacts avec IDELUX
Nombre d'entreprises en contact avec IDELUX

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

7

Poursuivre le partenariat avec les couveuses d'entreprises CREAJOB et Challenge

4

Description du projet

Participation régulière au comité d'admission et de suivi de la couveuse CREAJOB - mise en place de collaborations étroites avec CREA-JOB - organisation de permanences sur les communes de Tenneville, Sainte-Ode et Bertogne (selon les besoins)- accompagnement spécifique des porteurs de projets accompagnés par CREA-JOB et issus d'une des 3 commune.
Collaboration active avec la couveuse d'entreprises Challenge. Participation ponctuelle à leur comité d'admission et de suivi des dossiers, etc.
Les agents participent aux comités lorsque des porteurs de projets du territoire sont accompagnés par les couveuses d'entreprises. Les agents se répartissent la participation aux comités de suivi et d'admission des 2 couveuses.
Au-delà de l'accompagnement des porteurs de projets issus du territoire de l'ADL, la participation à ces jurys permet un échange de connaissances utiles sur le domaine de l'auto-crédation d'entreprise.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Permettre aux jeunes (comme aux moins jeunes) de se lancer en connaissance de cause. Permettre ainsi la création de leur propre emploi tout en évitant la mise en route de projets voués à l'échec.
Accompagnement proactif des demandeurs d'emploi qui souhaitent devenir indépendants.

Public concerné

Les porteurs de projets
Les demandeurs d'emploi

Porteur du projet

Couveuses d'entreprise

Rôle de l'ADL

Maintenir les contacts avec le réseau de personnes-ressources au sein des structures d'accompagnement de porteurs de projet et de création d'entreprises.
Participation aux jurys mensuels des couveuses.
Rôle de veille par rapport à l'auto-crédation d'entreprise sur le territoire.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Couveuses : organisation des jurys

Grandes étapes de réalisation prévues

Jurys mensuels - présence de l'ADL selon les disponibilités et la présence de porteurs de projets du territoire

INDICATEURS :

Nombre de participation aux jurys

Nombre de porteurs de projets de notre territoire accompagnés

Nombre de contacts utiles pour les projets de l'ADL

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

8

Accueil, accompagnement et orientation des porteurs de projets

4

Description du projet

Écoute et orientation des porteurs de projet. Jouer le rôle de structure locale pouvant apporter un premier éclaircissement au porteur de projet, éviter la perte d'énergie dans la multiplication des démarches et contacts.
Susciter l'esprit d'entreprendre en informant sur les aides, accompagnements possibles, etc.
Faciliter l'intégration du porteur de projet dans le tissu économique local.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Crédation d'emplois indépendants en activités complémentaires ou principales

Public concerné

Porteurs de projets

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Accueil, orientation, accompagnement et suivi des porteurs de projet. Intégration dans le tissu économique local.

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Structures d'accompagnement : relais de l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

Permanent

INDICATEURS :

Nombre de contacts avec des porteurs de projets

Nombre de porteurs de projets accompagnés

Nombre d'installation de porteurs de projets

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

9

Mise à jour du porte-documents promotionnel pour les services urbanisme des communes

3

Description du projet

En 2017, l'ADL a réalisé un porte-document personnalisé de 6 pages mettant en avant les entreprises actives dans le secteur de l'habitat. La répartition des pages était organisée comme suit :

- page 1 : couverture
- page 2 : informations administratives (services urbanisme, etc.)
- page 3 : listing complet des entreprises du secteur de l'habitat
- pages 4 à 6 : cartes de visites des entreprises qui financent la farde

Les services urbanisme des communes partenaires remettent ces fardes aux citoyens s'adressant à eux pour tout renseignement.

Les citoyens qui ont un projet de rénovation/construction disposent ainsi de toutes les coordonnées des entreprises du territoire actives dans ce secteur. L'objectif est d'inciter les citoyens à s'adresser en priorité à nos indépendants plutôt que de faire appel à des entreprises des communes voisines.

Il sera nécessaire et pertinent de mettre à jour les informations reprises sur la farde.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien aux entreprises du territoire

Public concerné

Les entreprises et indépendants

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Mises à jour des infos
Démarchage auprès des entreprises
Réalisation de la farde

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Services urbanisme des 3 communes : distribution de la farde

Grandes étapes de réalisation prévues

Mise à jour de la farde en 2022
INDICATEURS :
Nombre d'entreprises recensées
Nombre d'entreprises "sponsor"
Nombre de fardes distribuées par les services urbanisme

Coûts estimé et mode de financement

1000€ pris en charge par les encarts payants

10

Valoriser les entreprises locales par la remise annuelle d'un prix "acteur économique de l'année"

3

Description du projet

Afin de valoriser le savoir-faire de nos entreprises et indépendants, l'ADL souhaite remettre un prix annuel de l'"acteur économique de l'année". De nombreuses entreprises se démarquent régulièrement sur notre territoire en matière d'économie d'énergie, de bien-être au travail, d'innovations, etc. L'idée est donc de mettre toutes ces initiatives en avant lors d'une rencontre annuelle des partenaires de l'ADL. Un appel à candidatures sera réalisé. Le lauréat se verra remettre un prix et bénéficiera de publications sur ses activités, etc.

L'objectif de l'ADL est de dynamiser le tissu entrepreneurial et de valoriser les talents du territoire.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Augmenter la visibilité des indépendants du territoire et ainsi viser une augmentation de leur chiffre d'affaire.

Public concerné

Les indépendants

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale
Appel aux candidats
Rédaction du règlement
Composition du jury
Organisation de la cérémonie de remise des prix

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

IDELUX : relai de l'info auprès des entreprises des ZAE
Association des commerçants : relai de l'info auprès des commerçants

Grandes étapes de réalisation prévues

Organisation du premier concours en 2021
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'entreprises candidates
Nombre de publications (articles de presse, etc.)

Coûts estimé et mode de financement

750€ pour l'organisation de la cérémonie et la remise des prix.
Si aucun subside n'est obtenu, financement par l'ADL.

11

Participation aux projets de la plateforme création d'activités

4

Description du projet

La plateforme partenariale de la création d'activités de la Province de Luxembourg est particulièrement active sur le territoire. Tous les partenaires actifs dans le domaine de la création d'activités y sont représentés.
De nombreux projets ont déjà été concrétisés par la plate-forme : plaquette d'accompagnement du porteur de projets, soirées d'échange pour jeunes entrepreneurs, soirée transmission d'entreprises, soirée crowdfunding, etc.
Notre souhait est de poursuivre la collaboration avec les acteurs de la plateforme, informer nos partenaires des événements organisés et projets concrétisés par celle-ci et participer activement au dynamisme du réseau.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Les projets mis en place soutiennent toujours concrètement les acteurs économiques locaux dans le développement de leurs activités.

Public concerné

Tous les acteurs économiques locaux

Porteur du projet

Plateforme partenariale

Rôle de l'ADL

Partenaire
Informé des actions sur le territoire de l'ADL
Participer aux projets

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Chaque partenaire de la plateforme participe activement à la concrétisation des projets.

Grandes étapes de réalisation prévues

2 projets concrétisés par an
INDICATEURS :
Nombre de réunions
Nombre de projets mis en place
Nombre de participants aux actions

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

12

Mettre en place une permanence trimestrielle de l'ADL le samedi et proposer à des partenaires d'être présents (CCILB, UCM, Couveuses d'entreprises, etc.)

1

Description du projet

L'ADL souhaite mettre en place une permanence trimestrielle le samedi matin afin de permettre aux indépendants mais également aux porteurs de projets de rencontrer les agents de l'ADL à des moments où leur disponibilité est probablement plus importante.

L'ADL souhaite également s'associer à d'autres partenaires afin que des services plus éloignés participent ponctuellement à ces permanences. La CCILB, la confédération de la construction, les SAACE, Idelux, etc. pourraient dès lors être présents à tour de rôle auprès des agents ADL.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au développement économique local

Public concerné

Tous les porteurs de projets et les acteurs économiques locaux

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Mettre en place une permanence trimestrielle et en faire la publicité auprès du public

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Administrations communales : mise à disposition de locaux

Partenaires privés (CCILB, SAACE, etc.) : présence ponctuelle aux permanences

Grandes étapes de réalisation prévues

2020-2021 : mise en place de la permanence

INDICATEURS :

Nombre de permanences

Nombre de partenariats

Nombre de visiteurs

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

13

Organisation de petits déjeuners des entreprises au sein d'entreprises locales

3

Description du projet

Afin de dynamiser le tissu économique local, l'ADL souhaite mettre en place des petits déjeuners dans les entreprises du territoire afin de permettre aux entrepreneurs de se rencontrer plus régulièrement et de réseauter. Des informations utiles pourront être dispensées lors de ces rencontres sur des sujets d'actualité (changements législatifs, aides aux entreprises, aides à l'emploi, etc.)

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Soutien au tissu entrepreneurial

Public concerné

Entreprises locales

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Coordination générale

Contacts avec les entreprises

Communication

Organisation pratique

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Entreprises locales : accueil au sein de leurs bâtiments
Partenaires privés : communiquer des infos aux entreprises selon les nouveautés en terme de législation, etc.

Grandes étapes de réalisation prévues

2021-2022 : organisation des premiers petits déjeuners
INDICATEURS:
Fait/pas fait
Nombre de petits déjeuners organisés
Nombre de participants
Nombre d'entreprises hôtes

Coûts estimé et mode de financement

100€ par petit déjeuner financés par l'ADL

14

Assurer un relais des offres d'emploi locales

2

Description du projet

Utiliser les différents canaux de communication de l'ADL afin de diffuser les offres d'emploi des entreprises du territoire.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Tenter de diffuser les offres d'emploi du territoire afin que des demandeurs d'emploi de la région aient facilement accès aux offres locales

Public concerné

Tous les indépendants du territoire
Les demandeurs d'emploi

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Collecter et diffuser les offres

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Privé : communiquer les offres à l'ADL

Grandes étapes de réalisation prévues

Action permanente
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre d'offres relayées
Nombre de partenaires concernés

Coûts estimé et mode de financement

Aucun

3.4.1.4.2. Objectifs et actions à moyen terme (6 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Assurer durablement la promotion des entreprises du territoire par 1 projet majeur d'ici 2025 Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) OSE1 - FSE1 - MSE1
2	Dans les 5 ans, disposer de 2 outils de valorisation du territoire afin de démarcher des investisseurs potentiels de manière professionnelle Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1) FSE1 - OSE1 - MSE1 - OSCT1 - OSP1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Réaliser un inventaire des sites, infrastructures et bâtiments désaffectés, inoccupés, etc. du territoire et explorer des pistes de reconversion	2

Description du projet

Un certain nombre de bâtiments sont inoccupés ou à l'abandon sur le territoire. Certains ont un potentiel de reconversion intéressant pour le développement économique du territoire. Il semble judicieux de réaliser un inventaire de ces bâtiments et d'analyser le potentiel de reconversion éventuel, contacter les propriétaires afin de connaître leurs intentions, et éventuellement rechercher des investisseurs pour ces bâtiments.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

La reconversion de certains bâtiments à haut potentiel sur le territoire peut être une démarche pourvoyeuse d'emplois nouveaux.

Public concerné

Les propriétaires de bâtiments inoccupés
Les investisseurs
Les demandeurs d'emploi

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Réalisation de l'inventaire
Prise de contacts
Démarchage

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Variable selon les situations

Grandes étapes de réalisation prévues

Début de l'inventaire dès que possible (2021)
Concrétiser un projet de reconversion d'ici 2025
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de bâtiments/sites recensés
Nombre de contacts pris en vue de reconversions

Coûts estimé et mode de financement

aucun

2 Coordonner un partenariat local afin de financer l'acquisition d'un véhicule sponsorisé pour la commune de Sainte-Ode

1

Description du projet

Comme l'a fait la commune de Bertogne avec l'acquisition d'un véhicule 9 places pour le transport extrascolaire, la commune de Sainte-Ode souhaite explorer cette piste afin de financer l'achat d'un véhicule. Le budget communal étant serré, la commune souhaite tenter l'expérience du sponsoring comme de nombreuses autres communes et collectivités. Plusieurs sociétés qui ont déjà mené des projets similaires en Wallonie seront contactées. Ce type de partenariat permet d'obtenir un véhicule pendant cinq ans, payé via le sponsoring d'acteurs économiques locaux. Étant donné que le véhicule roulerait tous les jours de la semaine dans la commune et les communes avoisinantes, cela permet aux sponsors de bénéficier d'une belle visibilité.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Ce projet permettrait à de nombreux indépendants et commerçants d'obtenir plus de visibilité sur notre territoire.

Public concerné

Commerçants et indépendants

Porteur du projet

Société privée désignée par appel d'offres

Rôle de l'ADL

Accompagnement administratif.
Réunions entre commune, ADL et société privée.
Communication vers acteurs économiques locaux (bulletin communal, courriers, e-mails, etc.)

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Société privée : la société s'occupe de toute la partie concernant le véhicule et du démarchage.
Partenaires économiques locaux : sponsoring.

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche dès que possible.
Selon les possibilités, concrétiser le projet pour 2025
INDICATEURS :
Fait/pas fait
État d'avancement
Nombre d'entreprises contactées
Nombre d'entreprises "sponsor"

Coûts estimé et mode de financement

Variable selon le type de véhicule choisi.
Aucun coût pour l'ADL.

3 Recenser régulièrement les espaces disponibles en zones d'activités, zones de loisirs, zones agricoles et assurer la promotion des espaces mis en vente.

2

Description du projet

De la même manière que pour les bâtiments inoccupés, recenser et promouvoir régulièrement les terrains disponibles à la vente sur le territoire peut être une belle source de développement de celui-ci. Certaines zones du plan de secteur comme les zones de loisirs et les zones d'activité économique doivent faire l'objet d'une attention toute particulière de l'ADL. L'ADL doit être proactive et contacter régulièrement les propriétaires de ces zones afin de connaître leurs intentions, les mettre en contact avec des investisseurs potentiels, etc.

Objectifs en terme de création d'activité économique et de création d'emploi

Le développement économique du territoire passe en partie par la valorisation de ces zones. La concrétisation de projets déboucherait sur la création d'emplois nouveaux.

Public concerné

Les acteurs économiques du territoire
Les porteurs de projets
Les investisseurs
Les propriétaires
Les demandeurs d'emploi

Porteur du projet

ADL

Rôle de l'ADL

Réalisation de l'inventaire
Prise de contacts
Démarchage

Rôle de chaque partenaire (public, privé, associatif)

Variable selon les situations

Grandes étapes de réalisation prévues

Initier la démarche dès que possible
INDICATEURS :
Fait/pas fait
Nombre de terrains recensés
Nombre de contacts pris

Coûts estimé et mode de financement

Aucun pour l'ADL

3.4.1.4.3. Objectifs et actions à long terme (10 ans)

Objectifs :

N°	Intitulé
1	Au travers de 4 projets d'envergure initiés d'ici 2030, participer activement à la création ou la libération d'espace en vue d'accueillir de nouveaux investisseurs
	Référence de l'élément de l'étude AFOM lié à cet objectif (ex : ASE1)
	MSS1 - FSS1 - OSE1

Actions :

N°	Intitulé	N° Objectif concerné
1	Participation active au redéploiement du site "Le Celly" INDICATEURS :	1

	État d'avancement Nombre de contacts	
2	Inciter les nouveaux PCDR à donner une place importante aux investissements en matière de développement économique (ateliers ruraux, etc.) INDICATEURS : État d'avancement des PCDR Nombre de projets à portée économique	1
3	Participation au développement d'une coopérative immobilière afin de développer des résidences services pour séniors à Bertogne INDICATEURS : État d'avancement Nombre de partenaires Nombre d'emplois créés	1
4	Développer l'atelier rural de Salle INDICATEURS : État d'avancement	1

3.4.2. Expliquez la conformité de votre plan d'actions avec les plans et outils de développement existants aux niveaux local et supra-local

Les objectifs et actions développés ci-avant ont été fixés suite à l'analyse du diagnostic du territoire et en se basant sur les plans de développement existants. Le travail de l'ADL vient en complément de ces différents plans de développement et permet de créer de nouveaux socles de développement.

Il s'agira tout d'abord d'être le relais local et pertinent des actions menées et objectifs poursuivis au niveau régional et fédéral, d'aller dans la continuité de ces actions (l'allègement administratif, développement de l'esprit d'entreprendre, etc.). Il s'agira également de veiller à ce que les actions menées par l'ADL puissent s'inscrire dans le schéma de développement territorial choisi par la Province de Luxembourg. Notre ADL a prouvé à de nombreuses reprises qu'elle pouvait s'inscrire dans les options de développement retenues par la Province (obtention de reconnaissances officielles, participation à divers programmes provinciaux, demandes de soutiens financiers, inscription à des appels à projets, etc.)

Enfin, l'ADL devra veiller à ce que les partenariats avec les outils de développement mis en place par les 3 communes partenaires s'inscrivent dans un schéma global et que chacun puisse échanger sur les informations utiles aux autres. Ces plans et outils de développement sont nombreux au niveau communal et transcommunal : PCDR, PCDN, PNDO, CCATM, Agenda 21 Local, Massif forestier, Contrat de Rivière Ourthe, etc.

3.4.3. Expliquez la conformité de votre plan d'actions avec les principes du développement durable

L'analyse du territoire, la rencontre avec les citoyens à travers les différentes commissions locales de développement rural, avec les différents organismes (touristique, social, culturel, etc.) ont permis l'élaboration de ce dossier. Les choix de développement se basent sur les besoins rencontrés et sur la projection des besoins futurs.

Les objectifs et actions développés dans ce dossier viennent en complément et en renforcement des plans élaborés à l'échelle régionale et nationale.

Les objectifs du plan d'actions rentrent tout à fait dans l'optique d'un développement durable du territoire puisqu'il s'agit d'agir sur une projection future. Il s'agit de mettre en place les bases solides et nécessaires à un développement harmonieux du territoire en analysant les besoins présents tout en réfléchissant sur les besoins futurs.

Le plan d'action devra continuellement être repensé et réorienté si nécessaire pour être durable.

3.5. Tableau récapitulatif

Priorité 1

Valoriser le savoir-faire local et dynamiser l'attractivité du territoire

Objectifs court terme

Structurer et professionnaliser le soutien aux producteurs locaux au travers de 7 projets existants à pérenniser et à développer d'ici à 2022.

Participer chaque année à l'organisation d'au moins 1 événement porteur afin d'accentuer l'attractivité du territoire

Promouvoir les activités des partenaires économiques locaux au travers de 8 canaux de promotion et/ou actions concrètes permanentes d'ici 2022.

Actions court terme

Soutenir et accompagner le développement des activités du marché fermier mensuel des 3 communes

Coordonner et développer les activités du "Marché du Terroir des Deux Ourthes"

Développer les activités du "GACoeur de l'Ourthe"

Participation et soutien à l'organisation de la fête du Parc Naturel des Deux Ourthes

Adhésion de la commune de Sainte-Ode à l'opération "Commune du commerce équitable" et mise en place régulière d'actions à Tenneville et Bertogne

Accompagnement de partenaires locaux dans leurs projets d'organisation de marchés locaux, marchés des créateurs, marché public de Bertogne, etc.

Participation active à l'organisation de "Tables Secrètes" sur le territoire

Promotion des acteurs économiques locaux via le site www.consommerlocal.be

Inciter et accompagner les acteurs économiques locaux à participer à divers événements promotionnels organisés par d'autres partenaires : journée de l'artisan, place aux enfants, journée découverte entreprise, journée du client, fermes ouvertes, etc.

Promotion ponctuelle des acteurs économiques locaux via la rubrique ADL des bulletins communaux et les sites internet communaux - Présentation systématique d'un acteur de l'économie locale (focus) dans les bulletins communaux de Sainte-Ode et Tenneville

Envoi mensuel d'une newsletter aux partenaires

Intensifier les actions liées aux chèques commerces

Redynamiser l'organisation des HORECA DAYS

Accompagner et dynamiser l'association des commerçants

Organiser une séance d'information sur le statut d'artisan et accompagner les partenaires intéressés par la démarche

Développement de partenariats dans le cadre du festival « A Travers Champs »

Organisation annuelle d'un banquet des producteurs locaux

Objectifs moyen terme

Accentuer le soutien aux producteurs locaux par la mise en place de 3 nouvelles actions d'ici 2024

D'ici 2025, développer le soutien aux agriculteurs du territoire par 2 actions d'accompagnement de ceux-ci en vue de diversifier leurs activités

Actions moyen terme

Mettre en place un label de valorisation pour les producteurs locaux

Favoriser la commercialisation des produits locaux et développer un point de vente sur le territoire

Réaliser un focus annuel sur les restaurateurs/traiteurs du territoire avant les fêtes de fin d'année

Recenser les spécificités agricoles du territoire et promouvoir les initiatives de diversification

Développer des partenariats avec les structures d'aides à la diversification afin d'informer et accompagner sur la diversification agricole

Objectifs long terme

Équiper le territoire de structures professionnelles pour le développement des activités agricoles d'ici 2030

Intensifier l'attractivité du territoire et revaloriser un site historique important du territoire d'ici 2030

Actions long terme

Faciliter l'émergence de produits locaux représentant le territoire d'action de l'ADL
INDICATEURS :

Nombre de nouveaux produits

Nombre de nouveaux producteurs

Mettre en place un large partenariat afin de rénover et reconvertir l'ancien oratoire des Pères Rédemptoristes de Beauplateau (lieu de la première Table Secrètes du territoire)

Fait/pas fait

État d'avancement

Accompagner les producteurs intéressés par la mise en place de coopératives, etc.

État d'avancement

Fait/pas fait

Nombre de producteurs rassemblés

Réalisation des repas à domicile (écoles et personnes âgées) sur le territoire et y inclure les produits locaux

Fait/pas fait

État d'avancement

Nombre de repas réalisés quotidiennement

Nombre de produits locaux inclus

Saisir les éventuelles opportunités pour disposer d'un hall relais agricole

Fait/pas fait

État d'avancement

Nombre d'agriculteurs/producteurs partenaires

Développer l'image pluricommunale du territoire

État d'avancement

Nombre de projets contribuant à cette évolution

Priorité 2

Soutenir et développer le potentiel touristique du territoire

Objectifs court terme

Accompagner les partenaires afin que leur activité soit qualitativement reconnue d'ici 2022 par la concrétisation de 2 nouvelles actions

Développer 4 nouveaux outils de promotion touristique d'ici 2022

Rassembler les acteurs touristiques au minimum 1 fois par an et augmenter l'offre événementielle par la concrétisation d'1 projet majeur chaque année

Actions court terme

Organiser des rencontres régulières entre les opérateurs touristiques du territoire

Sensibiliser les partenaires à l'adhésion à la Marque Ardenne

Informers les partenaires sur les conditions d'adhésion à des labels et reconnaissances officielles

Informers les partenaires sur l'année à thème et les accompagner dans leur volonté de participer à la dynamique

Participer à l'organisation d'un événement annuel sur le territoire en lien avec l'année à thème

Faciliter le développement des projets des Maisons du Tourisme sur le territoire de l'ADL

Développement de l'application "Runnin'city" sur le territoire

Participation à la réalisation d'une carte touristique du territoire de la Grande Forêt de Saint-Hubert

Accompagner la commune de Tenneville dans sa volonté de devenir "Capitale des bains de Forêt"

Objectifs moyen terme

professionnaliser l'offre touristique du territoire par la concrétisation de 3 projets d'ici 2024

Assurer la promotion touristique du territoire par 4 nouvelles actions d'ici 2024

Actions moyen terme

Accompagner les hébergements touristiques dans la mise en place d'un outil de réservation en ligne sur leur site internet

Engagement ou détachement d'employés affectés au développement touristique du territoire

Aménagement du bureau d'accueil du SI Sainte-Ode

Tourisme durable : Valoriser une offre alimentaire locale et de qualité au sein des hébergements touristiques

Développement de l'initiative "Tenneville accessible"

Promotion du territoire par la présence à des foires et salons, publications diverses, etc.

Objectifs long terme

Pour 2030, Développer l'attractivité touristique du territoire par la concrétisation de 2 projets d'envergure

Dans les 10 ans, professionnaliser les infrastructures d'accueil par la concrétisation d'un projet et la création d'un emploi

Actions long terme

Inciter les opérateurs touristiques à mettre sur pied une attraction touristique phare sur le territoire

INDICATEURS :

Fait/pas fait

État d'avancement

Nombre d'entrées

Rechercher des investisseurs (en cas de vente des parcelles) pour exploiter la zone de loisirs inoccupée présente sur le territoire de la commune de Sainte-Ode

INDICATEURS :

État d'avancement

Nombre de contacts

Inciter les syndicats d'initiative à engager du personnel et/ou assurer un accueil professionnel des touristes

Fait/pas fait

Nombre de personnes engagées

Priorité 3

Accompagner la transition numérique des acteurs économiques locaux

Objectifs court terme

Accompagner les partenaires de l'ADL dans leur travail de transition numérique par la concrétisation de 2 nouvelles actions d'ici 2022

Dans les 2 ans, professionnaliser l'offre en matière de sites internet des acteurs économiques locaux par la mise en place de 2 projets

Actions court terme

Organisation de séances d'informations "Augmentez votre visibilité locale avec Google My Business" et accompagnement des partenaires pour la création de leur page

Organisation de formations sur la création de sites internet pour les acteurs économiques du territoire

Mise en place d'un concours pour les partenaires et offrir la réalisation d'un site internet personnalisé

Organisation de séances d'infos sur l'insertion du "chat messenger" sur les sites internet

Objectifs moyen terme

Professionnaliser les outils de gestion et de communication de l'ADL par la concrétisation de 2 projets d'ici 2024

Actions moyen terme

Évolution numérique de l'ADL par une plus grande présence sur les réseaux sociaux et par la diversification des outils de communication

Développer un programme de gestion du dispositif des chèques commerces en collaboration avec d'autres ADL

Objectifs long terme

Améliorer la situation numérique globale du territoire d'ici 2030 par une plus grande professionnalisation/présence web de 20% des partenaires de l'ADL

Actions long terme

Accompagner les communes dans leur souhait d'améliorer la couverture réseau/internet du territoire

INDICATEURS :

État d'avancement

Amélioration de la couverture réseau du territoire

Nombre de partenaires de l'ADL bénéficiant d'une amélioration de la situation

Développement du concept "Smart Village"

INDICATEURS :

État d'avancement

Nombre de réunions organisées

Nombre de partenaires intéressés/adhérents

Analyser la présence web des partenaires et réaliser un bilan personnalisé par secteur d'activité

INDICATEURS :

Fait/pas fait

Nombre de bilans réalisés

Nombre de partenaires présents sur le web

Augmentation du nombre de partenaires présents sur le web

Priorité 4

Dynamiser le tissu entrepreneurial et booster l'emploi

Objectifs court terme

Améliorer le dispositif d'accueil et d'accompagnement des entreprises du territoire par la mise en place de 4 projets novateurs d'ici 2022

Booster la visibilité de l'offre d'emploi du territoire par la pérennisation de 3 actions permanentes/annuelles

Dynamiser le réseautage et la visibilité des entreprises au travers de 4 projets innovants concrétisés pour 2023

D'ici 2022, poursuivre et intensifier les collaborations avec les partenaires professionnels de l'ADL afin de perfectionner l'accompagnement des porteurs de projets et des indépendants au travers de 3 projets concrets

Actions court terme

Organisation d'un week-end portes ouvertes entreprises

Primes à l'installation

Mise en place d'un club d'entreprises

Organisation annuelle de l'action job étudiant

Participation au "Rendez-vous de l'emploi"

Collaborer au développement des Zones d'Activité économique du territoire

Poursuivre le partenariat avec les couveuses d'entreprises CREAJOB et Challenge

Accueil, accompagnement et orientation des porteurs de projets

Mise à jour du porte-documents promotionnel pour les services urbanisme des communes

Valoriser les entreprises locales par la remise annuelle d'un prix "acteur économique de l'année"

Participation aux projets de la plateforme création d'activités

Mettre en place une permanence trimestrielle de l'ADL le samedi et proposer à des partenaires d'être présents (CCILB, UCM, Couveuses d'entreprises, etc.)

Organisation de petits déjeuners des entreprises au sein d'entreprises locales

Assurer un relais des offres d'emploi locales

Objectifs moyen terme

Assurer durablement la promotion des entreprises du territoire par 1 projet majeur d'ici 2025

Dans les 5 ans, disposer de 2 outils de valorisation du territoire afin de démarcher des investisseurs potentiels de manière professionnelle

Actions moyen terme

Réaliser un inventaire des sites, infrastructures et bâtiments désaffectés, inoccupés, etc. du territoire et explorer des pistes de reconversion

Coordonner un partenariat local afin de financer l'acquisition d'un véhicule sponsorisé pour la commune de Sainte-Ode

Recenser régulièrement les espaces disponibles en zones d'activités, zones de loisirs, zones agricoles et assurer la promotion des espaces mis en vente.

Objectifs long terme

Au travers de 4 projets d'envergure initiés d'ici 2030, participer activement à la création ou la libération d'espace en vue d'accueillir de nouveaux investisseurs

Actions long terme

Participation active au redéploiement du site "Le Celly"

INDICATEURS :

État d'avancement

Nombre de contacts

Inciter les nouveaux PCDR à donner une place importante aux investissements en matière de développement économique (ateliers ruraux, etc.)

INDICATEURS :

État d'avancement des PCDR

Nombre de projets à portée économique

Participation au développement d'une coopérative immobilière afin de développer des résidences services pour séniors à Bertogne

INDICATEURS :

État d'avancement

Nombre de partenaires

Nombre d'emplois créés

Développer l'atelier rural de Salle

INDICATEURS :

État d'avancement

3.6. Mise en oeuvre et suivi du plan d'actions

Quelle structure pilotera la mise en oeuvre et le suivi du plan d'actions ?

Depuis sa création, l'ADL fonctionne avec un comité de pilotage, groupe de personnes issues du monde économique, touristique, politique, culturel, associatif, etc. Le suivi global du plan d'actions (dans son intégralité) sera assuré par le Conseil d'administration de l'ASBL, qui se réunit 2 à 3 fois par an. Un bureau restreint, composé de 6 personnes (1 représentant par commune + agents de l'ADL) est mandaté par le Conseil d'administration afin de s'occuper de la gestion quotidienne de l'ASBL et de l'évolution des projets. Ces personnes sont : Pierre PIRARD, Président; Jean-Marc FRANCO, Secrétaire ; Maximilien François, Vice-Président, Catherine DESERT, agent ADL de Tenneville, Frédérique GATELLIER, agent ADL de Bertogne et Pierre-Yves Fays, agent ADL de Sainte-Ode et coordinateur de l'ADL. Ci-dessous la liste des partenaires (comité de pilotage) que nous consultons dans le cadre de la mise en place et du suivi de notre plan d'actions.

Précisez les secteurs d'activité qui y seront représentés et, si possible, par qui :

Secteur d'activité	Représentant
Volets administratifs et politiques	Claudine HALKIN, Directrice générale de Tenneville; Anne-Sophie HERMAN, Directrice générale de Sainte-Ode; Françoise LEROY, Directrice générale de Bertogne; Pierre PIRARD, Bourgmestre de Sainte-Ode et Président de l'ADL; Maximilien FRANCOIS, Échevin à Tenneville et Vice-président de l'ADL; Jean-Marc FRANCO, 1er échevin de Bertogne et Secrétaire de l'ADL; Pierre-Yves FAYS, Coordinateur de l'ADL; Catherine DESERT, Agent ADL; Frédérique GATELLIER, Agent ADL; Elodie BOSENDORF, Coordinatrice de l'ADL de Bastogne; Mireille MATHIEU, Agent de l'ADL de Bastogne; Joël TANGHE, Conseiller communal à Sainte-Ode et membre du CA; Marie DESSE, Échevine à Sainte-Ode et membre du CA ; Claudy COLLET, Conseiller communal à Bertogne et membre du CA ; Louis Vaguet, Conseiller communal à Bertogne et membre du CA ; Nicolas Charlier, Bourgmestre de Tenneville et membre du CA; Christiane NOEL, Conseillère communale à Tenneville et membre du CA; Ludovic COLLARD, Conseiller communal à Tenneville et membre du CA
Volet Économie	Philippe LEDENT, UCM ; Bernadette THENY, Chambre de Commerce et de l'Industrie du Luxembourg belge; Arnaud SCHMITZ, IDELUX; Représentants des différents secteurs économiques locaux : Christiane NOEL, Christophe THIRY, Alphonse MARON, Jean-François WINKIN, Roger GERARD, Etienne ARNOULD, Eric NOEL; Eve JUMEL, Directrice CREA JOB; Nancy Defèche, Challenge.
Volets tourisme, ruralité, environnement et agriculture	Bernard Vanderplancke, Président du syndicat d'initiative de Bertogne; Bernard Valentin, Président du syndicat d'initiative de Tenneville; Marie DESSE, Présidente du syndicat d'initiative de Sainte-Ode; Ingrid JUSSERET, maison de

	<p>tourisme de Saint-Hubert, Justine RAHIR, Directrice de la maison de tourisme de Bastogne, Vincent Vender Heyden, Directeur du PNDO, Michèle Paligot, employée au PNDO; Joseph Gérard, Administrateur au PNDO; Thierry Dufey et Julien Maréchal, agriculteurs; Marc Nevaumont, représentant du monde agricole; Thierry Petit, agent DNF; Gretel SCHRIJVERS, Echevine du tourisme à Bertogne; Alexandra Goosse, propriétaire d'un hôtel et d'une brasserie, Véronique Pierlot, propriétaire de gîtes, Cécile Pironet, responsable du contrat de rivière Ourthe; Nathalie COLLIGNON, propriétaire et gestionnaire du Domaine de Wachirock (restaurant, pêche et camping)</p>
Culturel	<p>Bernard Déom, membre de Tenneville-culture; Valérie Mouvet, responsable de la bibliothèque de Tenneville; Nelly Huberty, Présidente du comité de jumelage Sainte-Ode - Sainte-Mère-Eglise; Virgninie PINSON, Directrice du centre régional d'animation de Beauplateau; Jean-Pol Léonard, Président de la royale emulation ardennaise de Lavacherie; Eléonore DEFREYNE, Animatrice MCFA à La Roche-Tenneville; Vinciane GENON, commission culturelle de Bertogne; Leslie Bosendorf, membre du cercle historique de Tenneville</p>
Mobilité et sécurité	<p>Samantha ANDRE et Jacques MORETTE, agents de proximité à Sainte-Ode; Christophe BELVA, agent de proximité à Tenneville; Virginie DUCOMBLE, agent de proximité à Bertogne; Sophie MARBEHANT, responsable du taxi social de Sainte-Ode</p>
Emploi et social	<p>Isabelle Salenbien, responsable du PCS de la commune de Sainte-Ode; Samantha Sohy, Directrice des CPAS de Sainte-Ode et Bertogne, Laurence HENROTTE, Présidente du CPAS de Sainte-Ode; Michel Weyrich, Directeur du CPAS de Tenneville; Catherine GAUTHIER, Présidente du CPAS de Tenneville; Michel PONCIN, Président du CPAS de Bertogne; Benoît BENTZ, ALE Sainte-Ode et Bertogne; Marie Paquay, ALE Tenneville; Joël Kinif, Directeur La Moisson; Catherine Winand, Infor-jeunes; Philippe Cadet, AMO Bastogne; Anne Mernier, La trêve; Katrine Zoratti, CREA JOB; Sylvain Lambinet et Marie-Laure MICCICHE, Le Forem; Eliane Prévost, IBEFE LUX; Cédric Bronfort, Le coup de pouce</p>
Vie associative, sport et jeunesse	<p>Marie Desse, Echevine des mouvements associatifs de Sainte-Ode; Maximilien François, Echevin de la jeunesse, des sports et des mouvements associatifs à Tenneville; Frédéric Schmitz, Coordinateur</p>

extrascolaire à Sainte-Ode; Françoise Picard, coordinatrice extrascolaire à Tenneville; Emmanuelle Daxhelet, coordinatrice extrascolaire à Bertogne; Jean-Pol Misson, échevin des sports à Sainte-Ode; Bernard Meunier, Arnaud Coenen, Présidents de clubs sportifs; Benoit Charlier, gestionnaire du centre sportif pluricommunal de Tenneville

Expliquez son mode de fonctionnement :

Afin de rendre l'efficacité de ce comité de pilotage optimale, nous avons pris la décision de réunir les membres en fonction des thématiques abordées. Ainsi seules les personnes ou organismes directement concernés par un projet précis sont invités à participer aux réunions de travail organisées dans le cadre de la réalisation de ce projet. Les réunions seront donc organisées en fonction des besoins et de l'état d'avancement des projets.

Les partenaires ayant été associés à la réflexion lors de la réalisation de ce plan d'actions, ils seront tout naturellement conviés aux réunions de travail, de suivi et d'évaluation des projets les concernant. Nous avons toujours eu la chance de connaître une participation active des partenaires lors de nos réunions de travail, car les actions prévues au plan d'actions sont des projets qu'ils ont eux-mêmes souhaité inscrire dans le dossier d'agrément.

3.7. Évaluation du projet

Quels sont les processus d'évaluation interne prévus pour conduire l'évaluation du plan d'actions ?

Il va de soi que certains projets purement économiques (ZAE, Maison de repos, etc.) seront facilement évaluables en terme de créations d'emploi et de développement économique du territoire.

Par contre, les projets se basant sur l'amélioration du contexte économique, touristique et du cadre de vie sont des données plus abstraites.

Pour tous ces projets, l'évaluation s'effectuera en terme de réalisation des objectifs poursuivis par le plan d'actions. Les indicateurs seront également un excellent moyen d'évaluer l'évolution et la réalisation des projets.

Les objectifs ainsi que le plan d'actions découlent d'un état des lieux du territoire et de la situation à un moment donné.

La réalisation des objectifs au travers des actions menées permettra d'apprécier le travail réalisé.

Cette évaluation permettra la continuité des projets ou encore la nécessité d'en réorienter certains. Cette appréciation s'effectuera par un comité d'accompagnement qui sur base des rapports annuels appréciera l'ensemble de la démarche.

4. Moyens de fonctionnement

4.1. Ressources humaines et moyens matériels

4.1.1. Sous quel régime de travail les agents de l'ADL sont-ils ou seront-ils employés ?

	Agent de niveau A	Agent de niveau <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C	Autre personnel mis à la disposition de l'ADL	Autre personnel mis à la disposition de l'ADL
Régime de travail :	Temps plein	Mi-temps	Mi-temps	
Grade :	Directeur	Agent	Agent	
Échelle de traitement :	A1	D6	D6	
Nom, prénom (si connu)	FAYS Pierre-Yves	DESERT Catherine	GATELLIER Frédérique	
Diplôme	Licencié en Histoire	Licenciée en sciences psychologiques	Graduée en agronomie	

4.1.2. Quelles sont ou seront les missions confiées :

4.1.2.1. À l'agent de niveau A ?

FAYS Pierre-Yves
 Coordination générale - Les projets spécifiques à la commune de Sainte-Ode - La supervision des projets transcommunaux - les axes prioritaires n° 2 et 3 (en étroite collaboration avec les 2 autres agents pour les projets transcommunaux) - Gestion administrative - Relais vers le C.A et l'A.G. - Réunions avec le comité de pilotage - Contacts avec les services de la Région wallonne, l'UVCW - Participation à la plateforme création d'activité - Communication des actions de l'ADL sur le territoire de Sainte-Ode

4.1.2.2. À l'agent de niveau B ou C ?

Catherine DESERT
 Les projets spécifiques à la commune de Tenneville - Axes prioritaires n° 1 et 4 - Communication sur les projets de l'ADL sur la commune de Tenneville - Projets transcommunaux des axes 2 et 3 - Gestion de certaines actions spécifiques : newsletter de l'ADL, etc.

4.1.2.3. À l'autre ou aux autres agents ?

Frédérique GATELLIER
 Les projets spécifiques à la commune de Bertogne - Axes prioritaires n°1 et 4 - Communication sur les projets de l'ADL sur la commune de Bertogne - Projets transcommunaux des axes 2 et 3

4.1.3. Comment la commune va-t-elle mettre en oeuvre un programme de formation continue pour le personnel engagé dans l'ADL au cours des 3 prochaines années?

Pierre-Yves FAYS travaille au sein de l'ADL depuis 2007. Il a déjà eu l'occasion de participer à des nombreuses formations au cours des 3 agréments précédents. La formation sera poursuivie via les formations organisées par l'UVCW (formations à l'attention des agents ADL ou autres formations). Selon les besoins et spécificités de nouveaux projets.

Catherine DESERT et Frédérique GATELLIER sont respectivement en fonction au sein de l'ADL depuis près de 6 ans et 4 ans. Elles disposaient déjà d'un bon bagage professionnel utile à la fonction. Elles participent également très régulièrement aux formations destinées aux agents ADL ainsi qu'à d'autres formations pertinentes selon les projets menés.

L'intérêt des formations est de pouvoir y associer les projets en cours sur le territoire. Il serait donc souhaitable de pouvoir suivre des formations ciblées en fonction des projets en cours de réalisation ou en prévision, tout en gardant une formation courte sur les grands thèmes de développement local afin de permettre une vision globale.

4.1.4. Quels sont ou seront les moyens matériels affectés à l'ADL ?

4.1.4.1. Locaux

L'ADL disposera d'un bureau au sein de chaque administration communale. Les administrations communales mettent ce bureau gratuitement à disposition de l'ADL.

4.1.4.2. Matériel

Chaque bureau est équipé de toutes les fournitures de bureau nécessaires, d'un ordinateur, d'une imprimante et d'un téléphone. L'ensemble du matériel est pris en charge par les administrations communales.


4.1.4.3. Autres

Les administrations communales prennent également en charge les frais postaux, de téléphone et d'informatique des agents.

4.2. Aspects financiers et comptables

4.2.1. Projet de budget détaillé de l'ADL pour l'année civile en cours et plan financier portant sur les 2 années à venir

Il s'agit d'un tableau de financement prospectif portant sur l'année civile au cours de laquelle l'agrément est demandé et les deux exercices suivants.

 Attention! Le total des dépenses doit être égal au total des recettes.

Recettes																								
Intitulés	Montants																							
	Année 1				Année 2				Année 3															
Subvention ADL de la Région wallonne	7	6	8	2	4	7	8	3	6	0	7	9	9	2	7									
Points APE																								
Apports des partenaires																								
Fonds européens																								
Recettes liées aux actions			5	0	0			5	0	0			5	0	0									
Apport communal (30% min.)	4	2	0	0	0	4	2	0	0	0	4	2	0	0	0									
Autres recettes					0					0					0									
<i>A détailler:</i>																								
Totaux :	1	1	9	3	2	4	,	0	1	2	0	8	6	0	,	0	1	2	2	4	2	7	,	0

Dépenses																								
Intitulés	Montants																							
	Année 1				Année 2				Année 3															
Frais de personnel affecté à l'ADL	1	1	1	0	0	0	1	1	3	0	0	0	1	1	5	0	0	0						
Autres frais de personnel (logistique)																								
Frais de matériel à amortir <i>A détailler:</i>						0						0						0						
Autres apports des pouvoirs publics belges																								
Loyer																								
Dépenses liées aux actions			3	7	2	4			3	2	6	0			2	8	2	7						
Frais de formations				3	0	0				3	0	0				3	0	0						
Frais de déplacement			2	5	0	0			2	5	0	0			2	5	0	0						
Autres frais de fonctionnement			1	8	0	0			1	8	0	0			1	8	0	0						
Autres dépenses <i>A détailler:</i>						0						0						0						
Totaux :	1	1	9	3	2	4	,	0	1	2	0	8	6	0	,	0	1	2	2	4	2	7	,	0

4.2.2. De quelle manière envisagez-vous d'apporter une participation équivalant à au moins 30% de la subvention octroyée par la Région wallonne ?

Chaque commune partenaire participe aux frais de fonctionnement de l'ADL à hauteur de 14.000 € par an, ce qui représente une participation de près de 55% de la subvention octroyée par la Région wallonne. Les communes participent également aux frais liés à certains projets portés par l'ADL (frais variables selon les années).
 A ces 42.000 € annuels, il faut ajouter la mise à disposition de locaux et la prise en charge des frais matériels (matériel informatique, téléphone, matériel de bureaux, envois postaux, etc.). La participation financière directe ou indirecte des communes est donc nettement plus importante que les 30% exigés par la Région wallonne.

4.2.3. Un crédit est-il prévu au budget communal ?

Oui

Commune	Sainte-Ode
Sur quel article	53043301
De quel montant	1 4 0 0 0 , 0 0
Commune	Tenneville
Sur quel article	851/33202.2013
De quel montant	1 4 0 0 0 , 0 0
Commune	Bertogne
Sur quel article	53044501
De quel montant	1 4 0 0 0 , 0 0

Non

5. Liste des documents à joindre

Il est préférable de joindre des fichiers au format ZIP (compressé).

Si l'ADL regroupe plusieurs communes :

- La convention de partenariat conclue pour la mise en oeuvre du dispositif.
convention de partenariat.pdf

Dans le cas d'un renouvellement :

- La délibération du ou des Conseils communaux ayant pour objet de maintenir une ADL et sollicitant la demande d'agrément.
délibé Bertogne.pdf
Délibération du Conseil communal de Bertogne

Dans tous les cas, si vous avez d'autres documents à faire parvenir (par exemple: pour les asbl pluricommunales, les délibérations des Conseils communaux) :

- Autre document
délibé Sainte-Ode.pdf
- Autre document
délibé Tenneville.pdf
- Autre document
détails actions long terme.docx
- Autre document
- Autre document
- Autre document
- Autre document
- Autre document
- Autre document
- Autre document

Nombre TOTAL de documents joints

6. Déclaration sur l'honneur et engagements

Les soussignés déclarent sur l'honneur que les renseignements fournis dans la présente demande sont exacts et complets.

Ils s'engagent à respecter toutes les dispositions légales et réglementaires relatives à la création et au fonctionnement d'une ADL et sollicitent l'agrément de celle-ci par la Région wallonne.

Ils en acceptent le contrôle par les fonctionnaires désignés à cet effet par le Gouvernement wallon et s'engagent à communiquer dans le mois tout changement d'agent et toute modification de contrat ou de régime de travail, en joignant copie des pièces probantes.

Le président :

Nom

Prénom

PIRARD

Pierre

Signature

7. Protection de la vie privée et voies de recours

7.1. Protection de la vie privée

Comme le veut la Loi¹, nous vous signalons que :

- les données que vous fournissez en complétant ce formulaire sont destinées à assurer le suivi de votre dossier au sein du Service public de Wallonie ;
- ces données seront transmises exclusivement au service suivant du Gouvernement wallon : Direction générale opérationnelle de l'Économie, de l' Emploi et de la Recherche ;
- vous pouvez avoir accès à vos données ou les faire rectifier le cas échéant ;
- vous pouvez exercer ce droit (d'accès ou de rectification) auprès du service auquel vous adressez ce formulaire.

7.2. Voies de recours

Que faire si, au terme de la procédure, vous n'êtes pas satisfait de la décision rendue ?

1. Introduire un recours interne à l'administration.
Adressez-vous à l'administration concernée pour lui exposer les motifs de votre insatisfaction ou exercez le recours administratif spécifique si celui-ci est prévu dans la procédure.
2. Adresser une réclamation auprès du Médiateur.
Si au terme de vos démarches préalables au sein de l'administration vous demeurez insatisfait de la décision, il vous est possible d'adresser une réclamation auprès du Médiateur de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles.



Rue Lucien Namèche, 54 à 5000 Namur

Tél. gratuit 0800 19 199

<http://www.le-mediateur.be>

¹Loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

Enquête de satisfaction

Le Gouvernement wallon souhaite simplifier vos démarches administratives. Si vous le souhaitez, vous pouvez nous donner votre avis sur le formulaire que vous venez de lire ou de compléter. Cela nous permettra d'améliorer la qualité de nos services.

Quelle est votre tranche d'âge :

- moins de 30 ans 30-60 ans plus de 60 ans

Vous êtes :

- un citoyen une entreprise un tiers (intermédiaire tel qu'architecte, avocat, comptable, ...)
- un pouvoir local une association du non marchand une administration
- autre

Le temps nécessaire pour le remplissage du formulaire vous paraît :

- raisonnable trop long

Vous avez trouvé ce formulaire :

- clair et simple à remplir peu compréhensible et difficile à remplir

Quelles seraient les 3 améliorations prioritaires à apporter à ce formulaire ?

- réclamer moins de pièces justificatives
- changer l'ordre des questions
- faire des phrases plus simples
- améliorer l'aspect visuel
- permettre à une ou plusieurs personnes de signer électroniquement
- améliorer l'aide au remplissage (pré-remplissage, fenêtre d'explication, information préalable, glossaire, ...)
- faciliter la sauvegarde du formulaire
- rassurer sur l'usage des données personnelles (être plus clair sur qui les utilise et qui peut en faire quoi)
- autre

Sélectionnez ci-dessous la situation qui vous correspond le mieux :

- Situation 1 : J'ai complété mon formulaire « à la main » ou « sur papier ».
- Situation 2 : J'ai commencé à remplir mon formulaire électroniquement mais j'ai abandonné
- Situation 3 : J'ai rempli et soumis mon formulaire électroniquement

Seriez-vous d'accord de nous aider davantage en répondant à une enquête téléphonique ?

- oui non

MERCI pour votre participation !